

CORONAVIRUS DRUPA AUF 2021 VERSCHOBEN

Am 13. März wurde die *drupa* 2020 aufgrund der Ausbreitung des Coronavirus auf den 20. bis 30. April 2021 verschoben. «Das war nach den jüngsten Entwicklungen unvermeidbar. Die Entscheidung ist daher richtig und verantwortungsvoll», sagte *drupa*-Präsident CLAUDIA BOLZASCHÜNEMANN in einem ersten Statement. SABINE GELDERMANN, Director *drupa* und Global Head Print Technologies der Messe Düsseldorf, antwortet im Gespräch auf Fragen, die die Branche beschäftigen und die über die *drupa* hinausgehen.

Photo: Messe Düsseldorf



Aufgrund der zuletzt deutlich gestiegenen Zahl von Infizierten mit dem Coronavirus in Europa hat die Messe Düsseldorf alle für dieses Jahr geplanten Messen neu koordiniert. Danach wird die für Mitte Juni geplante *drupa* 2020 ins Jahr 2021 verschoben. Gleichzeitig wurde auch der Termin für die *Interpack* in die Zeit vom 25. Februar bis 3. März 2021 neu angesetzt. Die Messe Düsseldorf hatte keine andere Wahl, denn sie musste das bei Grossveranstaltungen erhöhte Infektionsrisiko minimieren. Die Massnahmen zur Minderung des Übertragungsrisikos wären in der Praxis nicht umsetzbar gewesen.

Frau Geldermann, viele hatten ja darauf spekuliert, dass der relativ späte Termin im Juni die Durchführung der *drupa* doch noch ermöglicht hätte. Was gab den Ausschlag, die *drupa* 2020 zu verschieben?

Mit der Verschiebung folgt die Messe Düsseldorf der Empfehlung des Krisenstabs der Bundesregierung, bei der Risikobewertung von Grossveranstaltungen die Prinzipien des Robert-Koch-Instituts zu beachten. Hinzu kommt die Verfügung der Landeshauptstadt Düsseldorf vom 11. März 2020, in der Grossveranstaltungen mit mehr als 1.000 gleichzeitig anwesenden Teilnehmern generell untersagt werden.

Basierend auf der Empfehlung, der Verfügung und der zuletzt deutlich gestiegenen Zahl von Infizierten mit dem Coronavirus SARS-CoV-2 auch in Europa hat die Messe Düsseldorf die Lage neu bewertet. Es gab also keine ande-

re Option als die Verlegung der *drupa*.

Es wurde gleichzeitig schon ein neuer Termin festgelegt. Wie konnten Sie so schnell einen neuen Termin finden?

Das Jahr 2020 wäre unter normalen Umständen eine Messe-Rallye für die Messe Düsseldorf gewesen, denn von August vergangenen Jahres bis kommenden Juni hätten nahezu alle grossen Düsseldorfer Leitmesse stattfinden sollen – mit der *drupa* als Finale. Durch den Einfluss des Coronavirus und den damit verbundenen behördlichen Restriktionen wurden bereits sieben für dieses Frühjahr geplante Fachmessen in das zweite Halbjahr 2020 und in das Frühjahr 2021 verschoben. Da wir für die *drupa* aufgrund von Aufbau, Laufzeit und Abbau ein Zeitfenster von rund zwei Monaten benötigen, gab es nur begrenzte Optionen. Der gewählte Termin ist nach Abwägung aller

Parameter und mit Blick auf den internationalen Messekalender der frühest- und bestmögliche, den wir mit unserem Präsidenten und dem VDMA als Trägerverband finden konnten. Der Termin ermöglicht unter den aktuellen Umständen die grösstmögliche Planungssicherheit für alle Beteiligten. Zudem liegen wir damit auch wieder in einem ähnlichen Zeitfenster wie dem traditionellen Termin der *drupa* im Mai.

Wie hat die Druckindustrie generell und wie haben die Aussteller auf die Entscheidung reagiert?

Die gegenwärtige Situation trifft alle Branchen weltweit und die Auswirkungen des Virus haben drastische Einflüsse auf das öffentliche und wirtschaftliche Leben. Wie in anderen Branchen spürt die Printbranche dies auch in Form von Kurzarbeit, Produktionsstillstand und Lieferengpässen.



sen – auf nationaler und globaler Ebene. In dieser Situation gehen bei allen die Gesundheit und der Schutz von Mitarbeitern und Partnern vor. Die Reaktion unserer internationalen Kunden und Partner auf die Verschiebung war daher durchweg positiv und ist auf grosses Verständnis sowie hohe Akzeptanz gestossen. Durch die Verschiebung etwa drei Monate vor dem regulär geplanten Start der *drupa* konnten wir vielen Ausstellern noch die Chance geben, ihre bevorstehenden logistischen und sehr kostenintensiven Massnahmen wie etwa die Verschiffung von Maschinen umplanen zu können. Eines ist sicher: Die Branche wünscht sich erneut eine *drupa*, die ihren Nimbus, die Strahlkraft und ihren weltweiten Stellenwert behält – das wäre unter den aktuellen Rahmenbedingungen nicht realisierbar gewesen.

Aussteller arbeiten mit ihren Neuheiten traditionell auf den *drupa*-Termin hin. Vieles ist heute schon oder für Juni fertig. Die Hersteller werden jetzt sicher nicht darauf warten wollen, ihren Kunden die neuen Produkte vorzustellen. Sieht sich die *drupa* jetzt mit alternativen und virtuellen Präsentationsformaten konfrontiert?

Unsere Aussteller werden sicherlich bereits in diesem Jahr einige ihrer Innovationen präsentieren und hierfür unterschiedliche Formate wie Kundenevents oder digitale Plattformen nutzen. Diese können den aktuell entstandenen Bedarf jedoch nur überbrücken – einen vollumfänglichen Ersatz für eine Fachmesse mit weltweiter Ausstrahlung bieten sie aus unserer Sicht jedoch nicht. Die *drupa* stellt für die Branchenteilnehmer eine unverzichtbare Plattform dar, die Orientierung, Impulse und vor allem den Bedarf

nach Face-to-Face-Meetings und Erlebniswelten erfüllt. Es geht um menschliche Bedürfnisse, haptische Erlebnisse und laufende Maschinen, die die Messebesucher faszinieren. Dies lässt sich definitiv nicht durch digitale Medien ersetzen.

Was macht Sie bei dieser Einschätzung so sicher?

Was Weltmessen wie die *drupa* ausmacht, ist die geballte Energie, die aus der punktuellen Zusammenkunft von vielen Menschen erwächst: der persönliche und emotionale Austausch, die gemeinsame Präsenz von Entscheidern, Multiplikatoren und Ideengebern, angeregte Diskussionen, taktgebende Präsentationen, Zufallsbegegnungen, Akquisemöglichkeiten von Neukunden, Recruitingoptionen und vieles mehr. Gerade in der aktuellen Situation, in der zahlreiche europäische Länder in ungeahnten Restriktionen verharren, wird der Bedarf nach persönlichen Begegnungen und einem aussergewöhnlichen Kundenerlebnis nach einer solchen Erfahrung sicherlich in Zukunft noch ausgeprägter sein. Wir sind nun einmal Menschen und keine Avatare – und der Wunsch nach persönlichem Austausch, Wissenstransfer und Netzwerken in einem faszinierenden Ambiente ist trotz aller digitalen Formate ungebrochen.

Von der Messe und den Ausstellern einmal abgesehen, wird bei Druckereien bereits von Umsatzeinbrüchen um die 80 Prozent gesprochen. Wie kann sich die Branche Ihrer Meinung nach gegen den Einbruch wappnen, der durch die Pandemie ausgelöst wird?

Ohne Frage wird es Einbrüche und nachhaltige wirtschaftliche Rückschläge geben. Die Massnahmenpakete und Hilfen vonseiten der Regierungen sind auf den Weg gebracht. Wichtig ist jedoch,

dass die Industrie keinen kompletten Produktionsstillstand durch die aktuellen Massnahmen erfährt. Unsere Branche muss weiterhin in die Zukunft investieren, um die Chancen am Markt zu ergreifen, denn Print ist in seinen so facettenreichen und umfangreichen Applikationen und Anwendungsformen in zahlreichen Märkten auch zukünftig unverzichtbar. Austausch und Inspiration sind dafür massgebliche Mittel, die auf der *drupa* gelebt werden.

Könnte es durch die Verschiebung der *drupa* auf das Jahr 2021 Einschnitte geben?

Die Verschiebung stellt für alle Beteiligten ein neues, nie da gewesenes Szenario dar und verlangt ein gewisses Mass an Flexibilität. Wir werden wie bisher alle Massnahmen ergreifen, um den erfolgreichen aktuellen Status der

drupa auf den neuen Termin zu übertragen. Unser Bestreben ist es, für unsere Kunden auch 2021 eine einzigartige und erfolgreiche *drupa* zu veranstalten.

Hat das Rahmenprogramm weiter Bestand?

Unser Rahmenprogramm der fünf Sonderforen hat ein faszinierendes Spektrum an Formaten, Speakern und Themenfeldern. Oberste Priorität ist es, den Besuchern relevante, inspirierende und wertvolle Inhalte zu bieten. Das Vortragsprogramm wird durch Guided Tours abgerundet. Unser Bestreben liegt natürlich darin, das Programm soweit wie möglich auf den Termin im April zu übertragen.

Frau Geldermann, vielen Dank für Ihre Ausführungen.

> www.messe-duesseldorf.de



Lust auf Veredelung.

Unterstreichen Sie Ihre Werbebotschaft mit einer passenden Veredelung.

Wir bieten ab kleiner Druckauflage spannende Möglichkeiten.

kasimir meyer

Kapellstrasse 5 5610 Wohlen T 056 618 58 00 www.kasi.ch