

Die Messen verspielen ihren Ruf

Irgendwie erinnert die Situation in der Branche doch sehr an die Wochen nach der drupa 2008, als es auf der Messe noch Jubel und Aufbruchstimmung gab, danach aber das böse Erwachen kam. Wenige Wochen nach der Messe und mitten im Strukturwandel brach dann die Finanz- und Bankenkrise über die Branche herein, die uns bis heute beschäftigt.

Nein, wir wollen nicht schwarzmalen. Doch die Tatsache, dass Heidelberg-Chef Bernhard Schreier seinen Job vorzeitig an seinen Nachfolger Dr. Gerold Linzbach übergibt, wird allgemein als Signal gewertet, dass der Kurs, den Heidelberg steuert, korrigiert werden muss. Der Druckmaschinenhersteller schreibt seit Jahren rote Zahlen (siehe auch Seite 8) und das Quartal vor der drupa war gar das schlechteste für Heidelberg seit Mitte 2009 – und macht deutlich, dass es sehr wohl ein «drupa-Loch» gibt.

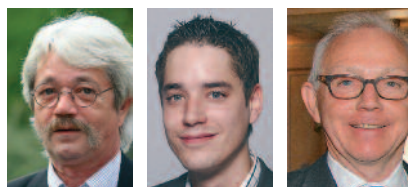
Dieses ist offensichtlich auch dem Falzmaschinenhersteller Mathias Bäuerle zum Verhängnis geworden. Vor der drupa hätten sich die Kunden mit Neuaufträgen zurückgehalten, meldet das insolvente Unternehmen. Während und nach der Messe habe sich der Auftragseingang jedoch stabilisiert. Das gilt zwar auch für Heidelberg, aber neben dem höheren Auftragseingang stehen eben auch hohe Messekosten auf dem Block. Und Auftragseingang ist noch nicht gleich Umsatz, da die Maschinen zuerst gebaut und ausgeliefert werden müssen.

Da stellt sich schon die Frage, ob Messen wie die drupa, die Ipex und alle anderen ihr Geld wirklich noch wert sind, wenn sie zwar für Aufträge auf der Veranstaltung selbst sorgen, vorher aber wie ein Vakuum wirken und die Umsätze in den Keller ziehen (siehe auch den Beitrag auf Seite 8). Und nachdem die Kassen der Aussteller durch die immensen Messekosten ohnehin nahezu geplündert sind, erzeugen Messen im Nachlauf zudem noch ein Vakuum bei den Kommunikations- und Werbebudgets.

Das alles ist eine höchst ungesunde Entwicklung, durch die die Messen zunehmend ihren Ruf als Wirtschaftsmotor verspielen. Vor allem aber zeigt diese Tendenz, dass sich Messen inzwischen nur noch als Strohfeuer beweisen oder als Hemmschuh, nicht aber mehr als treibende Kräfte im Branchengeschehen.

Ihr Druckmarkt-Team

Klaus-Peter Nicolay
Julius Nicolay
Jean-Paul Thalmann



Inhaltsverzeichnis

Markt & Zahlen

- 02 Nachrichten
- 04 Erneut Entlassungen in Offenbach
- 06 Ipex verliert an Bedeutung
- 08 Alles andere als ein Schönwetterkapitän
- 12 Auf einen Kaffee mit Stefan Ammann
- 14 Die drupa – ein abschliessendes Fazit

Management

- 18 Druckmacher und Printlogistiker
- 34 Das Stellwerk im Unternehmen

Prepress, Print & Finishing

- 16 Drehkreuz Agfa Graphics
- 22 Vision zwischen Niesen und Simmenfluh
- 26 Luxusverpackungen mit Folie
- 28 DigiSpeed by Edubook
- 32 Individualität industriell gefertigt
- 44 Die Betonung liegt auf «visual»

Ökologie

- 46 Papier oder Bildschirm?

Aus den Kantonen

- 48 Nicht nur der Umwelt zuliebe
- 49 Drei in einem: CG Printbox PlateGate
- 50 Nachrichten

Rubriken

- 38 VSD
- 56 Impressum / Business-to-Business

**So viele Jobs.
Da können Sie
lange googeln.**

medienjobs.ch
Stellenmarkt der Kommunikationsbranche