

# MESSERUNDGANG CHANCENLOS MIT PLAN A

Nun steht sie also wieder vor der Tür, die drupa. Und alles ist wieder wie immer. Alle sind gespannt – die Besucher, was es denn wohl alles zu sehen gibt, die Aussteller, ob ihre Produkte von den Kunden akzeptiert und gekauft werden, und die Messe, ob die nunmehr 16. Ausgabe der drupa auch wieder erfolgreich sein wird.



Von KLAUS-PETER NICOLAY

Und doch ist dieses Jahr einiges anders. Zugegeben: Ein Spaziergang war die drupa noch nie, aber jetzt ist die Messe nur noch elf statt 14 Tage lang, die Zahl der Aussteller hat aber nur marginal abgenommen (wenn überhaupt) und die wirklich wichtigen Aussteller sind auf jeden Fall alle da.

Und jetzt stellen Sie sich einmal vor, Sie müssten tatsächlich nach Düsseldorf fahren und dann auch noch alle Aussteller besuchen – nein, nur die wichtigen. Eben die aus den Bereichen Vorstufe, Print, Digitaldruck, Finishing, Veredelung, Papier und Farbe samt allem, was grün druckt. Und natürlich auch noch die, die laut Messe zu den Highlights gehören: Multichannel-Anbieter, 3D-, funktionelle und industrielle Drucker. Oder wer auch immer.



Bildquelle: nastia | 123rf.com

Nach welchen Kriterien würden Sie jetzt, um Ihre Marschroute zu optimieren, Ihren Rundgang durch die 19 Messehallen planen?

Da Sie ja aus Ihrem eigenen Betrieb wissen, dass die einzelnen Bereiche der Produktion kaum mehr zu trennen sind oder zumindest mehr und mehr zusammenfließen, dass sich heute durchgängige Workflows «von A bis Z» realisieren lassen, wissen Sie auch, dass sich eigentlich keine Grenzen mehr zwischen ehemaligen Abteilungen ziehen lassen! Allein aus diesem Grund ist die Aufgabe eines geplanten und optimierten Messerundgangs alles andere als leicht zu lösen. Eine echte Herausforderung eben. Aber welche Möglichkeiten bieten sich denn überhaupt an?

**ALPHABETISCH ODER NACH FARBE?** Im Zweifelsfall organisiert man doch alles hallenweise (Plan A). Oder vielleicht doch besser lieber alphabetisch, der Grösse der Stände nach oder nach den Farben der Firmen-Logos? Das wären ebenso Alternativpläne wie die Möglichkeit, eher mit Sonderschauen oder den sogenannten «touchpoints» anzufangen. Oder beim drupa innovation park – denn Innovationen und neue Geschäftsideen sucht man ja schliesslich auf einer Messe.

Man könnte sich aber auch im drupa cube von allerlei Innovationspartnern aus dem englischsprachigen Raum inspirieren lassen. Denn die wissen, so ist einer Information der Düsseldorfer Messe zu entnehmen, genau, wo es lang geht: «Genau wie Gutenberg die Kommunikation revolutioniert hat, indem er das gesprochene Wort mit dem Druck verband, bieten sich uns heute neue Möglichkeiten, die in jedem Bereich zuvor unvorstellbare Ergebnisse hervorbringen.» Na gut, aber war es nicht eher so, dass Gutenberg die sogenannte bewegliche Letter und eine haltbare Farbe erfunden hat? Egal.

Deshalb sollte man auch besser einfach jemand fragen, der Erfahrung mit «drupen» oder «drupas» hat. Der würde nämlich sagen: «Ist doch vollkommen egal, man schafft es eh nicht.» Denn auf dem Weg von Stand X nach Halle Y trifft man immer und zufällig einen alten Bekannten, den man schon ewig nicht mehr gesehen hat, verquasselt sich, und weil man dadurch den nächsten Termin sowieso schon verpasst hat, trinkt man mit dem Kumpel von früher noch schnell ein Alt. Was die Motivation, jetzt noch schneller über das Messegelände zu eilen, übrigens nicht erhöht. Das weiss ich aus langer Erfahrung – aber es tut gut.

**PLANLOS NACH PLAN A:** Man könnte aber auch mit einer ganz anderen Strategie an das Messegeschehen herangehen. Man lässt touchpoints touchpoints sein, das Rahmenprogramm lässt man sausen, Termine macht man erst gar keine, greift zu Plan A und schlendert einfach durch die Hallen. Planlos nach Plan A.

So sieht man viel, trifft natürlich auch viele Menschen (auch alte Bekannte), hat aber am Ende des Messtages einen Eindruck von dem, was in dieser Branche eigentlich abgeht. Und legt sich abends, losgelöst von all dem, was man im Vorfeld gelesen oder gehört hat, mit der Gewissheit ins Bett, einen ganz persönlichen Eindruck von dem gewonnen zu haben, wohin es in unserer Industrie gehen könnte.

Aber – auch das weiss der erfahrene drupa-Messe-Besucher – viel mehr als vier oder fünf Hallen am Tag schafft man auf diese Art und Weise auch nicht. Was ja nichts anderes bedeutet, dass man mit einem Tag drupa nicht auskommen wird und nicht kann. Drei Tage (je nach Anreise auch mehr) sollte man schon einplanen. Das kostet dann inklusive Hotelübernachtung schon einmal schnell einen Tausender oder auch deutlich mehr. Aber das sollte einem der Messebesuch schon wert sein. Runtergerechnet auf drei Jahre, das soll ja künftig die Taktfrequenz der drupa sein, sind das doch bloss und grob gerechnet 300 Euro pro Jahr. Dafür (nur so nebenbei) können Sie den «Druckmarkt» übrigens fünf Jahre abonnieren.

# ADD MORE KBA TO YOUR DAY

## Gemeinsam machen wir die Welt bunter!

Die Präzision und Vielfalt unserer Printlösungen gibt Marken ihre eigene Identität – von der Banknote bis zur edlen Verpackung. Wir nutzen die Digitalisierung für neue Produkte und individuelle Services. Und erleichtern unseren Kunden ihr Geschäft mit mehr Performance, Qualität und Profitabilität. In der ganzen Welt machen wir den Alltag der Menschen bunter.

**ADD MORE KBA TO YOUR DAY.**

Besuchen Sie uns  
auf der **drupa** 2016  
31. Mai bis 10. Juni  
**Halle 16, Stand C47**



Ein Unternehmen der KBA-Group  
8181 Höri/Zürich, Tel. 044 872 33 00  
[info@printassist.ch](mailto:info@printassist.ch), [www.kba.com](http://www.kba.com)



**KBA**

Koenig & Bauer Group