

VON DEN MEDIEN ZUM MARKETING

Messen haben bekanntlich viele Facetten. Und: Messen sind immer erfolgreich! Steigen die Besucherzahlen auf Rekordhöhe, gilt dies als Erfolg, gehen sie zurück, wird die ›Qualität der Besucher‹ als Erfolg gefeiert. Letzteres gilt wohl für die drupa 2016, zu der dieses Jahr ›nur noch‹ 260.000 Besucher kamen.

Von KLAUS-PETER NICOLAY



Fakten wie die Anzahl der Besucher, die Zahl der Aussteller oder auch die Messe-Umsätze der Aussteller sind ›harte Fakten‹, aus denen sich immer auch Rückschlüsse auf die aktuelle konjunkturelle Stimmung oder den Zustand einer Branche ableiten lassen. Mit Spannung erwartet, hat die drupa 2016 die hohen Erwartungen, die an sie gestellt waren, nach einhelliger Meinung von Veranstaltern und Ausstellern erfüllt – mehr als erfüllt. Nicht, wie eingangs erwähnt, bei den Besucherzahlen, denn es waren immerhin rund 50.000 weniger als noch 2012. Aber die gefühlte Stimmung bei den Besuchern und den Ausstellern war gut. Es scheint, als sei der Abwärtstrend der Branche gestoppt und die damit verbundene Konsolidierung gebremst. Was wiederum aus der Tatsache zu schließen ist, dass sich der Investitionsstau gelöst zu haben scheint. So betrachtet hat die Druckindustrie ganz offensichtlich einen erneuten Kurswechsel gemeistert.

Daneben stellt sich aber auch die Frage, was die drupa unter fachlichen Gesichtspunkten gebracht hat, ob sich die technischen Trends bestätigt haben und/oder ob neue aufgezeigt wurden. Der dominierende fachliche Aspekt ist die unglaubliche Vielfalt an Themen, Techniken und Technologien, die sich immer enger verzahnen und kaum noch voneinander abzugrenzen sind. So bestehen die Branchen-Klassiker Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung zwar weiterhin, werden aber zum Teil von völlig neuen Themen wie E-Business Print oder auch Print 4.0 mit allen Konsequenzen überlagert.

Vor allem aber hat die drupa endgültig bewiesen, dass Print weit mehr ist als eine gedruckte Zeitung oder Zeitschrift. Heute ist Print das Bedrucken beliebiger Substrate oder Gegenstände, die uns tagtäglich bewusst oder unbewusst von morgens bis abends umgeben. Und das nicht etwa, weil Print schrumpft, sondern weil Print vielfältiger geworden ist. Drucken ist heute das kontrollierte und wirtschaftliche Aufbringen von Farbe auf höchst unterschiedlichen Bedruckstoffen!

Bestes Beispiel dafür ist Large-Format-Printing, das auf dieser drupa so präsent war wie nie zuvor. Und ohne den Einsatz dieser Technik wäre das Messegelände der drupa 2016 farblos geblieben. Denn das Spektrum reichte von Postern über XXL-Hallenverkleidungen, Fahrzeugverklebungen, Messebau, Give-Aways und vieles mehr. So wurde die drupa fast unfreiwillig zum Schaufenster des Großformatdrucks, der immer mehr Bedeutung erhält.

Eine auf den ersten Blick nicht erkennbare, aber um so wichtigere Erkenntnis der drupa 2016 ist die Verlagerung des Gedruckten von der klassischen Medienproduktion hin zum Marketing. Nicht mehr die gedruckten Massenmedien stehen im Vordergrund, sondern die vielfältigen kleinen und größeren Drucksachen, die das Marketing unterstützen.

Gedruckte Verpackungen zeigen diese Verschiebung überdeutlich. Sie sind heute die wesentlichen und für das Marketing nahezu unumgänglichen ›Touchpoints‹, die für Marken einen hohen Wiedererkennungswert schaffen, der zu einer gesteigerten Kundenbindung führt – und nicht mehr die klassische Werbung in den Medien. Diese Aufgaben werden ergänzend auch andere Druck-Erzeugnisse übernehmen. Dazu werden die verschiedensten Drucktechniken eingesetzt und zusammenarbeiten. Bei diesem Wandel verändert sich Print weiter und wird auf immer breiterer Front industrielle Prozesse unterstützen.

Geradezu sinnbildlich dafür steht das unten stehende Foto, das uns Horizon zur Verfügung gestellt hat. Ja, natürlich gibt es Technik, aber nicht als Selbstzweck, sondern als Mittel zum Zweck. Der Fokus verändert sich und richtet sich auf die Automatisierung der Prozesse vom Auftragseingang bis zur Auslieferung an den Kunden.



Uns entgeht nichts!

Alle wichtigen Nachrichten, die wir nicht oder erst später in unseren gedruckten Ausgaben veröffentlichen können, stellen wir übersichtlich in unseren »Druckmarkt impressions« zusammen und veröffentlichen sie im Internet – als vollwertige Magazine im PDF-Format.

*Also: schnell **kostenlos** runterladen!*

www.druckmarkt.com