

WORLD PUBLISHING EXPO DAS DESASTER VON WIEN UND SEINE KONSEQUENZ

Schon im Vorfeld mussten Zweifel aufkommen: Mit einer einzigen Ausnahme hatten alle Druckmaschinenhersteller und Peripherie-Zulieferer der Welt-Zeitungsmesse die kalte Schulter gezeigt. Ein Desaster für die World Association of Newspaper WAN IFRA als Veranstalter.

Es fehlten KBA, Goss, ABB, Ferag, Müller Martini ... Die drupa hätte schon genug gekostet und in einer rückläufigen Branche sei die Teilnahme an einem zusätzlichen Event nicht möglich, so das Argument der Nichtaussteller. Von ›Weltmesse‹ war auf der World Publishing Expo vom 10. bis 12. Oktober in Wien folglich nicht viel zu sehen. Stattdessen eine halbe Halle und Besucherflaute. Dass es dazu kam, war abzu-sehen. Schon seit zig Jahren hatten die auf Print fixierten

Hersteller immer wieder kritisiert, die WAN IFRA mache ihre jährliche Zeitungsmesse mehr und mehr zu einem einseitigen Marktplatz für digitale Newspaper-Lösungen und damit für Software, Apps & Co. Trotz solcher Warnungen war es so weit: Die WPE wurde zu einem Event für Software-Hersteller – und auch die kamen längst nicht alle. Dieses Desaster vor Augen hatte die WAN-IFRA wenige Tage vor dem Event aber bereits die Konsequenzen gezo-

gen und mitgeteilt, man werde sich als Messeveranstalter zurückziehen. Alle künftigen WPEs würden von einem Joint Venture mit dem Messeveranstalter barding durchgeführt.

Die nächste World Publishing Expo findet vom 9. bis 11. Oktober 2017 in Berlin statt. Gleichzeitig startet erstmals die ›DCX Digital Content Expo‹, die digitale Content-Produktionen adressiert. Beide Messen sollen gleichzeitig unter einem Dach in der Messe Berlin stattfinden.

DRUCK+FORM 2016: DIE ›LIGHT-MESSE‹ IM SÜDWESTEN

Die 22. Druck+Form verkümmert. Denn was sich im Oktober in Sinsheim abspielte, lässt sich selbst mit gutem Willen nur als übersichtlich beschreiben. drupa-Effekt oder eigenes Versagen?

Aussteller und Messegemeinschaften sind keine Liebesbeziehung, sondern eher eine Zweckgemeinschaft. Hersteller und Händler wollen oder können auf eine Messe-Präsenz nicht verzichten und Messeveranstalter nicht auf Aussteller und Besucher. Das scheint im Fall der Sinsheimer Druck+Form allerdings anders zu laufen. Diesen Eindruck musste jeder gewinnen, der die dies-jährige Ausgabe Mitte Oktober besuchte.

Die schon immer regional geprägte Messe hatte stets eine kleine, aber feine Fangemeinde, die ausreichte, die Druck+Form als ›Ordermesse‹ zu qualifizieren. Ob das so bleibt, ist jedoch ungewiss. Noch einmal weniger Aussteller und noch einmal weniger Besucher. In der Abschlussmeldung nennt die Messe Sinsheim erst gar keine Zahlen. Das spricht ja wohl Bände.

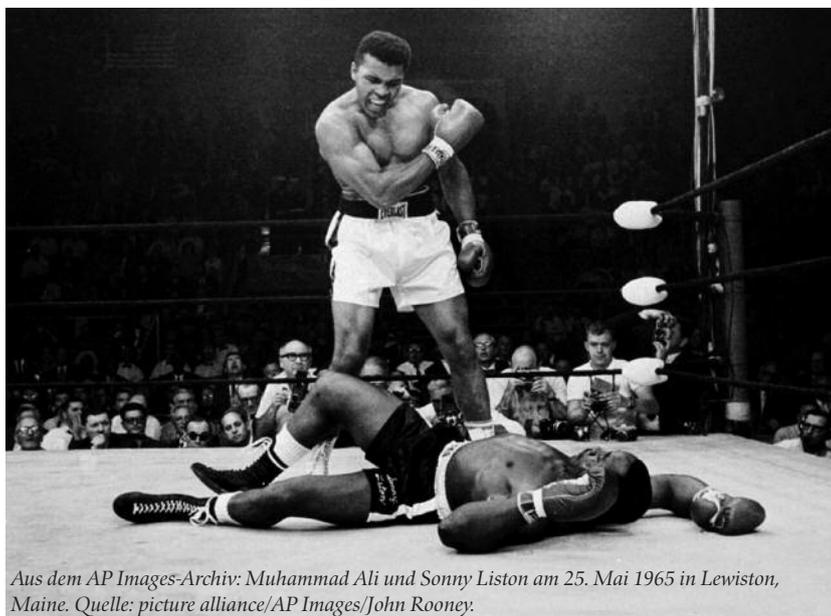
Jetzt wäre es ein Leichtes, die Messe in Grund und Boden zu schreiben, den Verantwortlichen fehlende Kompetenz und mangelnden Geschäftssinn vorzuwerfen und die Druck+Form künftig zu ignorieren. Vor einigen Jahren hätte ich das sicherlich getan. Aber vielleicht lässt sich die Schuld doch nicht nur der einen Partei zuweisen.

Dass Aussteller nur so spärlich vertreten waren, lässt sich mit dem Argument, die Kosten der drupa ließen eine weitere Messebeteiligung nicht zu, nur schwerlich begründen. Schließlich waren ja Canon, FKS, Hohner, MB Bäuerle, Konica Minolta oder Ricoh auch auf der drupa. Nur haben die ihre Budgets (ob mit oder ohne Händler) offenbar anders geplant. Auf der anderen Seite ist die Messe Sinsheim aber wohl zu unflexibel, den ›Abtrünnigen‹ gerade in einem drupa-Jahr ein attraktives Angebot zu machen, das sie vom Wegbleiben abhält.

Mit dem Effekt, dass Besucher sagen: »Ich bin jetzt drei Stunden hierher gefahren, war nach einer Stunde Messebesuch fertig und fahre jetzt wieder drei Stunden zurück.« Ob solche Besucher im nächsten Jahr noch einmal zur Messe nach Sinsheim kommen, ist eher zweifelhaft.

Nun haben ja alle Messen unter Besucherschwund zu leiden. Und die Vielfalt der Messen ist ›gefühl‹ sogar gestiegen. Spezialmessen für den Großformatdruck, für Verpackungen etc. gibt es genug. Und alle erheben den Anspruch, Leit-Messen zu sein. Aber Fachmessen für die grafische Industrie gibt es von der drupa abgesehen in Deutschland keine mehr. Deshalb wäre es ein Armutszeugnis, würde nun auch noch die letzte Bastion fallen. Denn Messen haben nach wie vor den Charme effektiver Kommunikation wie kaum ein anderes Medium. Ich jedenfalls konnte an den beiden Tagen meines Aufenthaltes weit mehr Kontakte pflegen und neue knüpfen können, als ich es vom Schreibtisch aus hätte tun können.

nico



Aus dem AP Images-Archiv: Muhammad Ali und Sonny Liston am 25. Mai 1965 in Lewiston, Maine. Quelle: picture alliance/AP Images/John Rooney.

IKONEN DER FOTOGRAFIE

Unter dem Namen ›dpa Picture-Alliance – AP Archive‹ können my-picturemaxx-Kunden in Deutschland direkt in über 18 Millionen historischen und aktuellen Bildern der renommierten US-Agentur AP Images recherchieren und lizenzieren. Seit mehr als einem Jahrhundert halten AP-Fotografen Ereignisse rund um die Welt fest, haben mit ihrer Arbeit einen herausragenden Beitrag in der Fotografie geleistet und insgesamt 31 Pulitzerpreise gewonnen. Das AP-Archiv reicht bis ins 19. Jahrhundert zurück und beinhaltet eine einzigartige Auswahl an historischen Schätzen und Bildikonen. sales@picture-alliance.com



PSI

10. – 12. Januar
Düsseldorf 2017

Die Europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft

**JETZT
TICKET BUCHEN!**

Meine
erste
Adresse

Regen-
Schirme

Tassen

USB-
Sticks

Exklusiv für PSI Händler: Zeigen Sie Ihren Kunden am Donnerstag, 12. Januar, die PSI!
Ab sofort können als Besucher registrierte PSI Händler ihre Industriekunden zur PSI einladen.

 Reed Exhibitions

www.psi-messe.com/tickets