

DRUPA 2021 STEHT DIE DRUPA AUF DER KIPPE?

Es dürfte wohl niemand entgangen sein, dass die *drupa* aufgrund der Ausbreitung des Coronavirus auf April 2021 verschoben wurde. Dies sei bei den internationalen Partnern und Kunden auf hohe Akzeptanz gestoßen, kommentierte *drupa*-Director SABINE GELDERMANN die Entscheidung im März diesen Jahres. Doch inzwischen bröckelt die Front der Aussteller. Die Absagen von Schwergewichten der Branche, das Verkürzen der Messelaufzeit von bisher elf auf jetzt neun Tage und die steigenden Corona-Infektionszahlen lassen immer mehr Zweifel aufkommen, ob das überhaupt noch eine *drupa* werden kann. Oder steht sie gar auf der Kippe?

So lassen die Namen der Aussteller, die bereits abgesagt haben, nichts Gutes erahnen. Ende Mai sagte *Xerox* und *Bobst* ihre Teilnahme ab, *Heidelberg* folgte im Juli und inzwischen zählen auch *manroland sheetfed*, *Komori*, *Siegwerk*, *Fujifilm*, *Kodak*, *Screen*, *Printplus* oder die *Postpress Alliance* (*Baumann Maschinenbau Solms*, *Bograma*, *H+H*, *Hohner*, *MBO Postpress Solutions*, *Perfecta* und *Wohlenberg*) zum Kreis derer, die es vorziehen, ihre Produkte statt auf der Düsseldorfer Messe in eigenen Formaten zu präsentieren. Aus sicherer Quelle haben wir zum Redaktionsschluss erfahren, dass auch *HP* abgesagt hat.

Und längst sehen sich Veranstalter und Träger der *drupa* 2021 mit der bängigen Frage konfrontiert, wie sich die Besucherzahlen angesichts der weltweiten Pandemie, der eingeschränkten Reiseaktivitäten und der Absagen prominenter Aussteller entwickeln werden – und sehen sich zu Korrekturen gezwungen. »Da wir davon ausgehen, dass zur *drupa* 2021 weniger Besucher aus Übersee anreisen, halten wir eine Reduzierung von elf auf neun Tage für sinnvoll«, begründete *drupa*-Präsident CLAUDIUS BOLZA-SCHÜNEMANN die Entscheidung.

Das wird die *drupa* auch nicht attraktiver machen. Eher wird es die Besucherzahlen weiter nach unten drücken. Die waren bereits seit dem Jahr 2000 stark rückläufig – von 400.000 auf zuletzt 260.000 Besucher. Und das hat auch Wechselwirkungen. Bleiben die interessanten Hersteller weg, reduziert sich das Besucherinteresse an der Messe. Bei immer geringerer Besucherreichweite überlegen sich wiederum die Aussteller die Investitionen in ihre Teilnahme sehr genau. Lesen Sie zu diesem Thema auch den Kommentar auf Seite 6.



Natürlich will die *Messe Düsseldorf* an dem Termin im April 2021 festhalten. Aber wer will eine solche Veranstaltung unter Pandemie-Bedingungen wirklich besuchen? Zuerst mit einem mulmigen Gefühl in den Flieger steigen und dann mit Maske, Abstand und anderen Hygienevorschriften durch die Messehallen laufen? Eine Messe sollte eigentlich auch Spaß machen, oder nicht? Den wird eine *drupa* 2021 unter den gegebenen Vorzeichen sicherlich nicht bringen.

Auch wenn es unbestritten bleibt, dass echte persönliche Begegnungen auch in Zukunft ihren Stellenwert haben werden und Bedarf nach Live-Präsentationen bei laufenden Maschinen vorhanden ist. Doch wurde dieses Konzept schon in der Vergangenheit öfter infrage gestellt – mit der Folge, dass viele kleinere, oft nationale Messen nicht mehr im Kalender zu finden sind.

Jetzt trifft es die *drupa* gleich doppelt: Das bisherige Messeformat erscheint überholt und die fehlende Planungssicherheit durch Covid-19 macht eine Messeteilnahme aus Sicht vieler Aussteller und Besucher unmöglich. Zu unübersichtlich ist die Situation der Reisebeschränkungen, die dem internationalen *drupa*-Publikum einen Messebesuch in Düsseldorf geradezu verbietet.



Warten wir ab, wie dieses Drama weitergeht. Alles Gute und bleiben Sie gesund!

Klaus-Peter Nicolay
Chefredakteur Druckmarkt

**TREFFEN SIE UNS
PERSÖNLICH
IM VIDEO-CALL**

heidelberg.com/innovationweek



HEIDELBERG INNOVATION WEEK 2020

**5 TAGE ONLINE-EVENT
19.-23. OKTOBER**

Entdecken Sie die Highlights der Druckindustrie und erfahren Sie, welches Potential in der Digitalisierung von Prozessen steckt. Wissenswert, digital, persönlich. Zehn Demos, fünf Innovation-Talks und der Austausch mit 250 Heidelberg Experten im Video-Call warten auf Sie.

19. OKTOBER COMMERCIAL

Autonome Produktion:
Schöpfen Sie Ihr ganzes
Potential aus.

20. OKTOBER COMMERCIAL

Digitalisierung und
Flexibilität: Erhöhen
Sie dauerhaft Ihren
Profit.

21. OKTOBER LABEL

Highspeed: Produzieren
Sie wirtschaftlich und
nachhaltig.

22. OKTOBER PACKAGING

Hoch automatisierter
Verpackungsdruck:
So bleiben Sie an der
Spitze.

23. OKTOBER PACKAGING

Integrierter Packaging-
Workflow: für hoch
veredelte Verpackungen
in Perfektion.

**JETZT KOSTENLOS
ANMELDEN**

und Programm entdecken!
heidelberg.com/innovationweek

HEIDELBERG

Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH
Gutenbergring, 69168 Wiesloch
Telefon 06222 8267456, heidelberg.com