

Messesplitter

Eine gewaltige Schau war die drupa auch dieses Jahr wieder. Nicht nur die Zahl der Aussteller, Messestände und Informationsmittel war imposant, auch die intelligenten Arten der Präsentation beeindruckten.

Da passen gleich zu Beginn unserer Messesplitter zwei Meldungen, die uns Ende Juli erreichten: Das Messemagazin drupa report Nr. 3 wurde zum zweiten Mal in Folge beim »Best Of Corporate Publishing Award« ausgezeichnet und der Messestand von Heidelberg erhielt den renommierten Preis »red dot award: communication design 2012« in der Kategorie »Event Design – Mes-



sen«. Womit sowohl die Messe Düsseldorf als auch Heidelberg zeigten, dass gute visuelle Kommunikation auch im digitalen Zeitalter und ohne iPad möglich ist. **Adriana Nuneva**, Leiterin Global Marketing & Communications zeigte sich höchst erfreut: »Die Auszeichnung ist für uns eine hohe Ehre und Ansporn, auch weiterhin einen Schwerpunkt auf hervor-

ragende Kundenkommunikation zu legen.« Als Standkonzept hatte Heidelberg mit Druckplatten und Schrift zwei Grundelemente der Printmedien aufgegriffen und als Navigationshilfe eingesetzt. Insgesamt wurden über 3.000 bereits belichtete Druckplatten eingesetzt. »Der drupa report ist der beste Beweis, dass Print immer noch voller Innova-

tionskraft und Kreativität steckt«, erklärt **Manuel Mataré**, Director der drupa bei der Messe Düsseldorf GmbH. »Mit dem Fokus auf das Thema »Papier« wollten wir unterstreichen, dass dieser Werkstoff im Wettbewerb der Medien nach wie vor eine zentrale und inspirierende Rolle spielt.« So kamen im drupa report Nr. 3 sieben unterschiedliche Papiersorten zum Einsatz. Auch das Format wechselte auf den 62 Seiten mehrfach: von DIN A4 über Ausklapper bis hin zum Altarfalz in der Mitte des Magazins. Dadurch kommt Papier in all seinen Facetten, seiner Haptik und seinen vielfältigen Einsatzmöglichkeiten in der Printkommunikation eindrucksvoll zur Wirkung. Hochwertige Veredelungen wie Laserstanzungen auf der Titelseite, Heißfolienkaschierungen und Duftdruck machen das Magazin zu einem besonders werthaltigen Exemplar Print. Für das Design zeichnet Holger Giffhorn, Giffhorn Design, Wuppertal verantwortlich. Gedruckt wurde der drupa report im Druckstudio Düsseldorf.



Auf den nächsten Seiten haben wir zusammengetragen, was uns auf der drupa 2012 außerdem wesentlich erschien, was erwähnenswert ist und was einige Hersteller zur drupa sagten. Und sollten Sie den einen oder anderen Hersteller oder Aussteller vermissen: Ausführlichere »Messesplitter« und drupa-Nachberichterstattung gibt es in unserem PDF-Magazin »Druckmarkt impressions« alle zwei Wochen im Internet.



Der drupa report gewann zum zweiten Mal in Folge den »Best Of Corporate Publishing Award« in Silber als Sonderpreis in der Kategorie »Druck & Innovation«. Der drupa report wird damit als herausragendes Beispiel für Druckveredelung, Materialmix und Druckweiterverarbeitung geehrt.

Mehr als 100.000 Besucher informierten sich nach Angaben von Xerox über digitale Technologien und Services. Mit über 14.000 dedizierten Anfragen habe Xerox doppelt so viele Anfragen wie erwartet erhalten. Zudem habe das Unternehmen auf der drupa mehr als 300 Digitaldrucksysteme und Verarbeitungslösungen verkauft, darunter die neue Xerox iGen 150, die 1000 Colour Press, Produkte der 700er Serie und die Xerox CiPress 500.

Die 58. Show des Type Directors Club, dem weltweit wichtigsten Wettbewerb zum Thema Schrift, ging dagegen im Technikrausch der drupa fast unter.



Alte Bekannte: Peter Sommer, Chef von Elanders Germany (links), und Benny Landa auf der drupa 2012. Durch eine Technologiepartnerschaft, die seit Januar zwischen Elanders und der Landa Corporation besteht, zählt Elanders Germany zu den Ersten, die Landas Nanografie einsetzen wird. Das Unternehmen hat auf der Messe die Vereinbarung für den Kauf von drei Drucksystemen unterzeichnet. Eine Rollenmaschine soll für Mailings und Publishing zur Verfügung stehen, zwei Bogendruckmaschinen im B1-Format sind für den Akzidenz- und Faltschachteldruck vorgesehen. Elanders will damit seine Stellung als führender Digitaldrucker weiter ausbauen.



Der Verband Deutscher Papierfabriken und die Initiative »Print Power« stellten die Vorteile des Mediums Papier in den Vordergrund ihrer Präsentation.



Über 100 Teilnehmerinnen besuchten während der drupa das von Heidelberg organisierte internationale Netzwerktreffen »Women in Print« in der »Sternberg Alm« in unmittelbarer Nähe zur Messehalle 1. Die anwesenden Frauen freuten sich über die Plattform für ihren Gedankenaustausch.



Canon berichtet von einem großen Erfolg. »Das positive Feedback und die hohen Teilnehmerzahlen bei unseren »Insight Report«-Seminaren zeigen, dass Kunden bei uns eine Perspektive für ihr Geschäft erhalten haben«, sagt David Preskett, Director of Professional Print, Canon Europe. »Die Besucherzahlen waren beeindruckend: Wir konnten über 10.000 neue Kundenkontakte knüpfen.« Zudem berichtet Canon über ein hohes Bestellaufkommen, das sich von Canon imagePress-Systemen bis zu Océ Endlosdrucksystemen erstreckt. In der EMEA-Region sollen insgesamt 390 Canon und Océ Drucksysteme verkauft worden sein.



Am letzten Messetag brutzelten die KAMA-Servicetechniker auf der mobilen Heizplatte des Stanz-/Prägeautomaten ProCut 76 Foil Spiegelierer und Speck. »Eben eine flexible Maschine für alle Fälle«, kommentierte KAMA-Geschäftsführer Marcus Tralau.

Natürlich hat KAMA das kulinarische drupa-Highlight auch verfilmt: hier der Link:

➤ <http://snipurl.com/23x572t>



Oder via QR-Code auf dem Handy ansehen.



KOMMENTAR

Nach der drupa ist vor der drupa

Es mag vielleicht übertrieben klingen, aber einige dürften sich schon jetzt auf die nächste, die drupa 2016 vorbereiten: Gemeint sind die Programmierer und Konstrukteure, die immer über die gerade fertig gestellten Produkte hinaus denken, und all jene, die auf der Düsseldorfer drupa 2012 Technologiestudien oder Prototypen von Maschinen zeigten. Für die Kollegen in den Entwicklungsabteilungen ist der Abschluss einer Messe immer auch der Auftakt für neue Projekte. Schließlich lernen sie auf einer Messe nicht nur die Bedürfnisse der Kunden näher kennen, sie lernen auch von den Ideen ihrer Kollegen vom Wettbewerb. Und dies ist für die Ingenieure oft genug Ansporn für neue Schaffenskraft.

Doch vier Jahre sind eine lange Zeit in unserer kurzlebigen Welt, in der sich die Innovationszyklen nahezu überschlagen. Da kann schon einiges passieren, da können sich Dinge aufeinander zubewegen oder auseinander driften – eben so, wie es die Vergangenheit immer wieder gezeigt hat und wie es auch auf der diesjährigen drupa im Vergleich zur Vorgängermesse offensichtlich geworden ist. Da wurden Vorurteile gerade gerückt, damalige Visionen zu Realitäten.

- Print und Online sind keine Feinde mehr, sondern werden im Medienmix zunehmend kombiniert eingesetzt.
- Web-to-Print und damit E-Commerce sind keine verhassten Job-Killer mehr, sondern werden geradezu als Heilsbringer in einem Markt gesehen, der sich massiv verändert.
- Automatisierung und Standardisierung sind keine Schimpfwörter mehr, sondern werden von kleinen wie großen Unternehmen gefordert und umgesetzt.
- Qualität und Produktivität schließen einander nicht mehr aus, sondern sind planbar und kalkulierbar.
- Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit werden nicht mehr als Gegensatz betrachtet, sondern sind Teil moderner Unternehmensführung.
- Industrialisierung und Lean Production sind keine Fantasien mehr, sondern werden von Druckereien angestrebt. »Druckerei mit industrieller Produktion« wird inzwischen als Adelstitel geführt.

Mit anderen Worten: Techniken und deren Effizienz sind heute so vielfältig wie nie. Jetzt geht es eigentlich nur noch darum, dass jeder Einzelne die jeweils beste Kombination für sich und sein Unternehmen findet und das Beste daraus macht. Die Konzepte sind da, die Techniken auch.

Und die nächste drupa, da bin ich mir sicher, wird wohl noch mehr Integration, noch mehr über- und ineinandergreifende Techniken sowie noch enger zusammenwachsende Märkte und Medienbereiche zeigen.

Klaus-Peter Nicolay