



31. Mai - 10. Juni 2016
Düsseldorf
www.drupa.com

no. 1 for print and
crossmedia solutions

drupa 2016 – Pressemeldung Nr. 57 / 10. Juni 2016

**drupa 2016 ist ein voller Erfolg: Exzellente Geschäftsabschlüsse,
hervorragendes Investitionsklima**

**Entscheidende Impulse für die weltweite Druckbranche &
Bestnoten für die drupa 2016**

Die Stimmung auf der drupa 2016, der weltgrößten und wichtigsten Messe für print und crossmedia solutions, ist kaum noch zu toppen: Das Investitionsklima ist ausgesprochen gut und hat die Erwartungen bei weitem übertraffen. Die 1.837 Aussteller aus 54 Ländern berichten zum Ende der 11-tägigen Messe übereinstimmend von exzellenten Geschäftsabschlüssen, äußerst viel versprechenden Kontakten und einem positiven Spirit für die weltweite Druckbranche. Bestens bewährt haben sich die Neupositionierung der drupa und ihre Fokussierung auf Zukunftsthemen mit großem Wachstumspotenzial – wie zum Beispiel 3D-Druck, Funktionaler Druck oder Verpackungsdruck. Ob Publikationsdruck, Werbedruck, Verpackungs- und industrieller Druck – für alle Anwendungsfelder bietet die Drucktechnologie die passenden Lösungen und ermöglicht neue Geschäftsfelder und Geschäftsideen. „Die Druckbranche erfindet sich immer wieder neu und bietet ungemein viele Facetten mit großem Potenzial. Genau das hat die drupa 2016 eindrucksvoll unter Beweis gestellt. Wir konnten hier in den 19 Messehallen eine hoch innovative Industrie erleben, die es geschafft hat, das Jammertal zu verlassen und die Zukunft in den Griff zu nehmen“, erläutert Claus Bolza-Schünemann, Vorsitzender des drupa-Komitees und Vorsitzender des Vorstandes der Koenig & Bauer AG.

drupa 2016: Messe der Entscheider und Investitionen

Rund 260.000 Besucher aus 188 Ländern und rund 1.900 Journalisten aus 74 Ländern sind nach Düsseldorf gereist, um sich über technologische Innovationen, Weiterentwicklungen und neue Geschäftsfelder zu informieren. Ausgesprochen hoch ist die Entscheidungskompetenz der Besucher; hier hat die drupa 2016 Bestwerte erzielt. Rund 75 Prozent aller Besucher sind



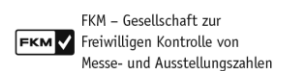
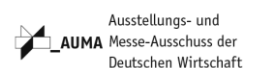
Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Germany

Telefon +49 (0) 2 11/45 60-01
Telefax +49 (0) 2 11/45 60-6 68
Internet www.messe-duesseldorf.de
E-Mail info@messe-duesseldorf.de

Geschäftsführung:
Werner M. Dornscheidt (Vorsitzender)
Hans Werner Reinhard
Joachim Schäfer
Bernhard Stempfle
Vorsitzender des Aufsichtsrates:
Thomas Geisel

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63
USt-IdNr. DE 119 360 948
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der
Messe Düsseldorf:



Öffentliche Verkehrsmittel:
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.
Bus 722: Messe-Center Verwaltung



Führungskräfte und ausschlaggebend bzw. mitentscheidend beteiligt, wenn es um Investitionen in ihren Unternehmen geht. Eine Reihe weiterer Indikatoren aus der Besucherbefragung unterstreicht deutlich, dass die drupa eine lupenreine B-to-B-Messe und die Plattform für Business-Entscheidungen ist:

- 54 Prozent der Besucher sind mit konkreten Investitionsabsichten auf die drupa 2016 gekommen
- 29 Prozent haben während der drupa Aufträge vergeben
- 30 Prozent planen die Auftragsvergabe nach der drupa
- 60 Prozent haben auf der drupa neue Lieferanten gefunden

Die Besucher-Entwicklung (2012: 314.248 Besucher) spiegelt die weltweite Branchen-Konsolidierung wider. Besonders positiv wirkt sich umso mehr die hohe Entscheidungskompetenz der Besucher aus, zumal jeder zweite Besucher mit einer sehr guten wirtschaftlichen Entwicklung seines Unternehmens im Verlauf der nächsten zwölf Monate rechnet. „Die Kunden kommen, bis auf wenige Ausnahmen, nicht mehr mit großen Delegationen oder im Rahmen eines Firmenausflugs zur drupa. Vielmehr ist es das Top-Management, das nach Düsseldorf reist – und bei dieser drupa aus 188 Ländern“, erläutert Werner Matthias Dornscheidt, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf GmbH.



drupa 2016: Globale Leitmesse

Mit 76 Prozent liegt die Quote der internationalen Besucher um 16 Prozentpunkte höher als noch vor vier Jahren. Dazu haben vor allem die asiatischen Besucher beigetragen: Aus dem gesamten Kontinent kamen 17 Prozent (2012: 13,6 Prozent) der internationalen Besucher. Und hier wiederum stellte Indien mit fünf Prozent den größten Anteil, gefolgt von China mit drei Prozent. Unter den europäischen Ländern führen Italien, Frankreich, die Niederlande und UK. „Damit hat die drupa ihre globale Marktbedeutung und ihren internationalen Stellenwert noch weiter ausgebaut. Sie ist unumstritten die globale Leitmesse für die gesamte Druck- und Medienbranche“, kommentiert Werner Matthias Dornscheidt das Ergebnis der drupa 2016.



Positive Bilanz des fachlichen Rahmenprogramms

Auf eine große Nachfrage stieß das fachliche Rahmenprogramm mit seinen Säulen drupa cube, drupa innovation park, 3D fab + print, touchpoint packaging sowie Printed Electronics and Solutions. Jeder zweite der drupa-Besucher hat sich für die verschiedenen Sonderschauen und Vortragsbühnen interessiert. Vor allem der drupa cube, die Event- und Kongresslocation, stieß auf große Begeisterung. Rund 3.500 drupa-Besucher strömten während der elf Messtage in den cube, um sich über das breite Themenspektrum zu informieren. Stark nachgefragt waren insbesondere die Keynote-Präsentationen von Frans Johansson (Gründer und CEO der Medici Group), Silas Amos (Gründer Silas Amos Ltd. Design Thought) und Shane Wall (Chief Technology Officer HP und Global Heads der HP Labs). Der Creative Day, den die Messe Düsseldorf gemeinsam mit der W&V speziell für Marketers und Kreative organisiert hatte, war sogar ausverkauft. Und auch die C-Level-Sessions, die sich speziell an Führungskräfte richteten, waren ausgebucht.

Ein sehr positives Echo erzielte der drupa innovation park, der neben technologischen Neuheiten namhafter Aussteller den Fokus auf innovative Geschäftsmodelle gelegt hatte. Gezeigt wurden z.B. marktreife Anwendungen von Augmented Reality im Fieldservice und in der Werbung aber auch erfolgreiche Beispiele von Multichannel Kampagnen. Die wesentliche Erkenntnis des inhaltsgetriebenen dip 2016: Print schafft Inhalte und Mehrwert!

drupacity: Ein Erlebnis für Alle

Die drupa macht nicht an den Toren des Messegeländes Halt. Vielmehr präsentierte sich Düsseldorf mit einem abwechslungsreichen Programm als attraktiver Messestandort ganz im Zeichen der drupa: Ob Ausstellung oder 3D-Event, Diskussionsforum oder rollendes Labor: drupacity erlaubte es Tausenden interessierten Besuchern, die Themen der Messe mitzuerleben – und das hautnah und zum Anfassen in der Innenstadt. Für Besucher und Aussteller der drupa ein echter Mehrwert und etwas, das in dieser Form





31. Mai - 10. Juni 2016
Düsseldorf
www.drupa.com
no. 1 for print and
crossmedia solutions

einzigartig ist. „Unser Konzept, die Themen der drupa in die Stadt zu bringen und Technik so verständlich und erlebbar zu machen, ist voll aufgegangen. Bewohner und Besucher Düsseldorfs konnten sich mit den Themen der Messe durch die zahlreichen Aktionen in der Innenstadt identifizieren. drupacity war für alle ein Erlebnis“, freut sich Boris Neisser, Geschäftsführer der Wirtschaftsvereinigung Destination Düsseldorf, die das drupacity-Programm organisiert hat. „Die vielen Multiplikatoren aus aller Welt fühlten sich in Düsseldorf willkommen und nehmen diesen positiven Eindruck wieder mit in ihre Heimat. Das ist gelebtes Stadtmarketing und ein nicht zu unterschätzender Standortvorteil für unsere Stadt.“

Wie schon zur Halbzeit der drupa bekannt gegeben, bleibt die drupa im Vier-Jahresturnus und findet vom 23. Juni bis 3. Juli 2020 statt.



Ihr Kontakt:

Pressereferat drupa 2016

Monika Kissing/Anne Schröer (Assistenz)

Tel: +49 (0)211-4560 543

Tel: +49(0)211-4560 465

Fax: +49 (0)211-4560 87543

E-Mail: KissingM@messe-duesseldorf.de

E-Mail: SchroeerA@messe-duesseldorf.de

+++++

Weitere Informationen unter www.drupa.de und folgenden Social Networks:

Twitter: www.twitter.com/drupa2016

Facebook: <http://www.facebook.com/drupa.tradefair>

Xing: <https://www.xing.com/net/pri2b1dd0x/drupa>

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/groups/drupa-print-media-messe-4203634/about>