

Kontakt Lisa Raphaela Grübl
Telefon +49 69 66 03-1450
E-Mail lisa.gruebl@vdma.org
Datum 17.08.2020

Interview mit Dr. Markus Heering, Geschäftsführer VDMA Fachverband Druck- und Papiertechnik

„Die drupa ist wichtig für die Rückkehr ins Geschäft“

Seit Monaten lähmt Covid-19 weite Teile des öffentlichen Lebens. Im Interview erklärt Dr. Markus Heering, Geschäftsführer des VDMA Fachverbandes Druck- und Papiertechnik, wie die drupa 2021 unter Corona-Bedingungen geplant wird und was er von der auf neun Tage verkürzten Weltleitmesse (20. bis 28. April 2021) erwartet.

Wie wirkt sich die Krise auf Anbieter von Druck- und Papiertechnik aus?

Die Anbieter von Druck- und Papiertechnik sind ebenso von der Corona-Krise betroffen, wie viele Bereiche des Maschinen- und Anlagenbaus. Die Auftragseingänge und Umsätze leiden massiv. Wobei es die Commercial-Print-Sparte härter trifft als den Verpackungsbereich, dessen Produkte in vielen Regionen wegen der hohen Hygieneanforderungen als systemrelevant gelten. Aber insgesamt sind die Folgen beträchtlich. Kunden scheuen Investitionen, Maschinen können weder ausgeliefert noch in Betrieb genommen werden und Serviceeinsätze beim Kunden sind in vielen Regionen nicht möglich. Nur in Europa ist eine Entspannung zu verzeichnen.

Auch die drupa ist betroffen. Nach der Verschiebung wurde sie jüngst auf neun Tage verkürzt. Wie steht Ihr Fachverband zu dieser Entscheidung?

Die Verschiebung war alternativlos, weil im Juni ein behördlich angeordnetes Versammlungs- und Veranstaltungsverbot galt. Bei der Verschiebung waren sowohl der internationale Messekalender, als auch andere Veranstaltungen der Messe Düsseldorf zu beachten. Denn inklusive Auf- und Abbau blockiert die drupa das Messegelände für mehrere Wochen. Der neue Termin vom 20.-28. April 2021 ist ein Kompromiss, den wir voll und ganz unterstützen. Natürlich wünschen wir uns, dass die Pandemie dann weitgehend überstanden ist. Aber wir müssen realistisch sein. Stand heute werden schon aufgrund der globalen Reisebeschränkungen weniger internationale Besucher kommen als zur drupa 2016. Daher die verkürzte Laufzeit: Neun Tage waren ein Wunsch unserer Mitgliedsunternehmen. Die Laufzeit ist lang genug dafür, dass laufende

Maschinen präsentiert werden. Zugleich ist es kurz genug, um Leerlauf aufgrund der reduzierten Besucherzahl zu vermeiden.

Erwarten Sie trotz aller Verunsicherung bezüglich des Infektionsrisikos oder der Reisebeschränkungen eine „normale“ Messe?

Eine normale Messe war die drupa nie. Als Branchenleitmesse ist sie mit ihrem Event-Charakter, der langen Laufzeit und dem reichhaltigen Rahmenprogramm Vorbild für Messemacher in aller Welt. Was wir im April 2021 umsetzen können, hängt von Covid-19 ab. Sinken die Infektionsraten? Kommt ein Impfstoff? Weil es darauf keine Antwort gibt, sollten wir vom Status Quo ausgehen, um auf einer belastbaren Grundlage zu planen. Dazu zählt ein Hygienekonzept, das die Messe Düsseldorf mit den verantwortlichen Behörden erarbeitet hat. Zur neuen „Normalität“ unseres Lebens zählen Masken, Abstands- und Hygieneregeln, die auch zur drupa gehören werden. Ich denke, wir tun gut daran, keine Vergleiche zu früheren drupas zu ziehen und die neue Normalität anzuerkennen. Und weil uns Corona vermutlich länger erhalten bleibt, müssen wir Wege finden, die ins normale Geschäft zurückführen. Dafür brauchen wir auch die drupa 2021!

Die Folgen der Pandemie schmälern die Ressourcen vieler Unternehmen. Inwieweit könnte sich das auf ihre Messeaktivitäten auswirken?

Erste Aussteller haben ihre Teilnahme abgesagt. Ich habe Verständnis dafür, dass Unternehmer die Investition und das Infektionsrisiko für ihre Mitarbeiter zum jetzigen Zeitpunkt scheuen. In Krisen gilt es, die Liquidität zu erhalten. Doch zugleich ist es wichtig, in die Normalität zurückzukommen und Kunden klar zu signalisieren: „Wir glauben wieder an das Geschäft und wollen mit Euch in den Dialog kommen!“ Wenn Kunden und Anbieter ihr Geld zusammenhalten, dann muss diese Kette an irgendeinem Punkt aufbrechen. Ich hoffe, dass sich möglichst viele Unternehmen trotz der Krise dazu durchringen, auf die drupa zu kommen und wir alle dort das Signal zum Aufbruch geben.

Einige Aussteller experimentieren mit virtuellen Events und Live-Streams. Können solche Formate eine Messepräsenz ersetzen?

Nein. Zwar sind die Erfahrungen sehr positiv. Doch die Unternehmen berichten, dass sie mit virtuellen Events andere Zielgruppen erreichen als auf Messen. Die Live-Streams bringen die zweite, dritte und vierte Ebene der Unternehmen mit Bestandskunden zusammen. Dagegen trifft sich auf Messen die erste Ebene – und es nutzen auch Neukunden oder Kunden anderer Anbieter die Gelegenheit, um sich unverbindlich zu informieren. Virtuelle Events sind ein zusätzlicher, da komplementärer Kanal, der einen festen Platz im Marketing finden wird. Doch bleiben direkte Gespräche mit Blick in die Augen auch künftig unverzichtbar.

Für internationale Besucher, die im April 2021 nicht anreisen können, sind virtuelle Formate eine Zugangsmöglichkeit. Sollte die Messe sie anbieten?

Sie muss und wird dies auch tun! Denn es ist wichtig, Besucher aus entscheidenden Märkten mitzunehmen, denen die Anreise nicht möglich ist. Wir brauchen eine digitale drupa, die das reale Event mit digitalen Formaten geeignet ergänzt - mit allen Abstrichen, die so ein digitales Format nun einmal mit sich bringt. Aber wir wissen aus Gesprächen mit der Messe Düsseldorf, dass sie sich intensiv mit diesem Thema beschäftigt.

Platform Economy ist einer der Megatrends auf der drupa 2021. Sollte sich also auch die Messe selbst in Bezug auf digitale Plattformen positionieren?

Sie sollte sich wie Maschinenbauer, Dienstleister und Anwender mit diesem Trend befassen und eine Plattform für virtuelle Events aufbauen. Alle Messen arbeiten an solchen Konzepten, zumal ihre Aussteller diesen Wunsch an sie herantragen. Allerdings sollten wir bei solchen Wünschen nicht vergessen, dass Covid-19 auch die Messegesellschaften massiv getroffen hat. Sie können aktuell bei solchen Investitionen nicht aus dem Vollen schöpfen.

Die drupa wirft alle vier Jahre den Blick in die Zukunft unserer Branche. Gibt es Themen und Trends, auf die Sie sich diesmal besonders freuen?

Ich bin gespannt, welche Lösungen die Aussteller zu den vier Megatrends der drupa 2021 präsentieren, also **Artificial Intelligence, Connected Customers, Platform Economy** und **Circular Economy**. Die Digitalisierung sorgt für immer schnellere Innovationszyklen, und die Corona-Krise wirkt wie ein zusätzlicher Katalysator. Die Unternehmen treiben ihre Forschung und Entwicklung teilweise noch intensiver als ohnehin schon voran. Ich denke, wir werden auf der drupa 2021 Neuentwicklungen sehen, die schon in wenigen Jahren nicht mehr aus den Prozessketten und Geschäftsabläufen der Druckindustrie wegzudenken sein werden. Auf der drupa geht es um Visionen, Ideen und Zukunft – und das ist unter dem Eindruck der Corona-Pandemie wichtiger denn je. Wenn es uns gelingt, unsere Branche in all ihrer Vielfalt sichtbar, spürbar und erlebbar zu machen, dann können wir ungeachtet der Besucher- oder Ausstellerzahlen von einer erfolgreichen drupa 2021 sprechen.

Der VDMA Fachverband Druck- und Papiertechnik ist das Sprachrohr von Herstellern von Anlagen und Systemen für die Bereiche Druck und Druckverarbeitung, Papierherstellung und -verarbeitung sowie Hilfsmittel und Geräte. Gemeinsam mit der Forschungsgesellschaft Druckmaschinen e.V. (FGD) und der PrintPromotion GmbH bietet der Fachverband seinen Mitgliedern Leistungen an, zum Beispiel zu Themen wie Messen, Öffentlichkeitsarbeit, Technik und Forschung.