

Drupa 2008

ELŐZETES INFORMÁCIÓK A JÖVŐ ÉVI NEMZETKÖZI SZAKKIÁLLÍTÁSRÓL

Fordította: Eiler Emil

Jól megoldani egy nehéz feladatot...

*Interjú Werner M. Dornscheidt úrral,
a Messe Düsseldorf GmbH igazgatótanácsának
elnökével*

Előrejelzések szerint a 2008-ban megnyíló Drupa rekordokat döntöget majd, ha például a 2000-ben megrendezett vásárhoz hasonlítjuk. Milyen értelemben?

A Drupa történelme ötven évvel ezelőtt kezdődött, és ha a 2006. októberi előzetes kiállítói felmérések adatait nézzük, akkor a Drupa 2008 valóban minden korábbinál nagyobb szabású lesz! Már az eddig lekötött kiállítói helyek alapterülete is 170 000 négyzetméternyi, és erre a helyre 1800 kiállító jelentette be az igényét. A 8A közelében lévő 8B csarnokban például már egyetlen négyzetméternyi hely sem maradt szabadon. Csak azért, hogy valami elképzelése legyen az olvasónak a nagyságrendekről: ekkora kiállítási csarnok területe pontosan negyven futballpályának felel meg! Ráadásul négyszázezer látogatót várunk, és ennek fele Németországon kívülről érkezik majd.

Mikor válik véglegesen ismertté a kiállítók száma?

Már most tudjuk, hogy a jelenlegi szám (1800) nőni fog, részben azért, mert sok kiállító támogatásért folyamodott a saját országának a Gazdasági Minisztériumához. Ezek – átmeneti ideig – statisztikai értelemben, nem számíthatóak egyedi kiállítónak. Tervezési, adatbegyűjtési és elhelyezési okokból csak 2007 szeptembere vége felé lesznek véglegesek a számok.

Miért telt el olyan hosszú idő a jelentkezési határidő vége és a benyújtott jelentkezés elfogadása között?

Az előbb említett procedúrák és a Düsseldorf-i Vásárszervezet kompetenciája miatt. Jelenleg folynak az egyeztetések a kiállítókkal, de nem csak itt Düsseldorfban, hanem a világ más pontjain, a kiállítók saját országában is. Minden egyes kiállító



igényt tart a legteljesebb kiszolgálásra és az igényeinek legmegfelelőbb kiállítóterületre. Az ilyen jellegű megbeszélések nagyon időigényesek. Olyan ez, mint amikor a kirakós játék – a *puzzle* – darabkáit kell pontosan összerakni: megfelelő környezetet minden egyes kiállítónak, miközben – természetesen – többen közülük egymás versenytársai!

Kiállítók és az elrendezés szempontjából a Drupa 2008 miért lesz a korábbiaktól eltérő?

A célunk az, hogy ezt a Drupát, amennyire csak lehet, világos, könnyen áttekinthető szerkezetűvé és látogatóbaráttá tegyük. Ebben a kontextusban a Digitális Megoldások Csarnoka (*Digital Solutions*) játssza a főszerepet. Ennek a területét már a Drupa 2004 időszaka óta bővítettük. A 8A, az új 8B és a csatolt 5, 9 számú csarnokokat első sorban az olyan nagy cégeknek rezerváltuk, mint a Xerox, Indigo, Agfa-Gevaert, Fujifilm, Kodak, Konica Minolta és a Ricoh. Ha a Canon a 2008-as Drupán ezer négyzetméterrel több kiállítási területre tart igényt, akkor ebben a szegmensben a helye!

Nyilvánvaló, hogy a központi téma a digitális technológia lesz. Ez azt jelenti, hogy a Drupát nevezhetjük akár nyomdaipari kereskedelmi vásárnak is?

Sokkal inkább, mint valaha! Hiszen az emberek ma többet nyomtatnak, mint ezt megelőzően. A digitális technika azonban nem létezhet hagyományos nyomtatási módszerek nélkül! A nyomda- és médiaipar vezető vásárának e kétféle műszaki megoldás interaktív együttélését kell reprezentálnia! Bemutatjuk a többletértéklánc teljes termék-választékát, a kiviteli tervek megszületésétől a késztermék megjelenéséig bezárólag. A körülmények egyértelműen a nyomdaipar megváltozására utalnak. A Drupa szerepe az, hogy ezt a változást és az azt kifejező trendeket a legérzékenyebb „szeizmográfként” kövesse, és jelezze a változások résztvevői, érintettjei számára!

Milyen kihívásokkal kell a kiállítás megrendező, Messe Düsseldorf GmbH vállalatnak szembesülnie már most, a 2008-beli kapunyitást megelőzően?

Az egyik és talán a legfontosabb az, hogy a csarnokokat nagyon komplexen és nagy odafigyeléssel kell megterveznünk. Mint már említettem, erre 2007-ben már sor került. A megvalósítást a partnereinkkel együtt terveztük meg és hajtottuk végre. Számos kampányt szerveztünk, és ezek során bevontuk a vásárlátogatókat is. Postai küldeményekkel, előadásokkal és szinte minden kontinensre kiterjedően, az ottani ipari igényeket figyelembe vevő módon megrendezett több mint hatvan sajtókonferenciával támogattuk a tervezőtevékenységet. Egyedül Dél-Amerikában tizenegy országot látogattunk meg. Szaúd-Arábia, Dél-kelet-Ázsia és Ausztrália a legfőbb célpontok közé tartoztak! Sok esetben a végrehajtásért felelős és a vásárlátogatókkal is kapcsolatot tartó menedzserek helyszíni szemléjére is sor került.

Történt-e változás a vásárlátogatók demográfiai és nemzetiségi összetételében?

Az ázsiai nemzetek Drupa iránti érdeklődése fokozódott, főként India és Kína esetében. Ázsiából 2000-ben tízezer látogató jött, ez most nyolcvanezerre nőtt. 2008-ban további hasonló mértékű növekedésre számítunk.

A tény az, hogy a Drupa egy nemzetközi ipari vásár, mégis 1972-ben még csak húszszázaléknyi volt a külföldi, ami 2004-ben már ötvenöt százalékra ugrott fel.

Milyen lépéseket szándékoznak tenni annak érdekében, hogy a Drupát a nyomdatermékek vásárlói számára vonzóbbá tegyék?

Egy *The Cube* elnevezésű speciális program feladata elérni, hogy az érintettek megismerjék a legújabb trendeket és termékeket. Az ezzel kapcsolatos koncepció kialakítása folyamatban van, ha ez majd már megtöltődik tartalommal, akkor egy későbbi időpontban visszatérünk rá.

Milyen kísérőprogramokra számíthatnak a Drupa 2008 látogatói?

A legutóbbi Drupa alkalmával nagy sikere volt az ún. *Know How* ismeretbővítő programoknak, ezért ilyeneket most is rendezni akarunk a látogatók számára.

A korábban sikeresnek értékelt *Drupa Innovációs Park* rendezvényekre ismét sor kerül majd.

A 7. csarnokban fórumokat rendezünk, amelyek olyan témaköröket dolgoznak fel részletesen, mint a workflow, a kiadói tevékenység, a PDF, XML és más hasonlóak. A *nyomtatványvásárlók innovációs parkjában* különféle érdekes interdiszciplináris témákat is felvetünk. A *JDF tapasztalatcsere park* és az új *JDF tapasztalatok színháza* a legújabb IDF-fejlesztések eredményeinek terjesztését tűzi ki célul.

A *Kompassz Szekciók* naponta 9–11 óra között a Német Nyomda és Média Iparok Szövetség rendezvényei lesznek.

A *Kiemelt Túrákat (Highlight Tours)* a *Deutscher Drucker* kiadó rendezi, mintegy konkurálva a fentebb ismertetett *Kompassz Szekciókkal*, megismertetve a látogatókkal a nyomda- és médiaiparok legújabb trendjeit.

Milyen reklámtevékenységek kapcsolódnak majd a Drupához?

A *Drupa Podcastunk* egy teljesen új dolog, ennek a premierje 2007 nyarán már megtörtént. Lehetőséget teremt a távolból a Drupa-események, előadások és információk letöltésére (iPod-dal, de akár mobilkészüléken is). Megkezdünk egy intenzív reklámnyomat- és tévékampányt. Három hónappal a nyitás előtt Düsseldorf már a Drupa színeiben fog tündökölni! Lesz egy *Drupa Song* is, amit már le lehet tölteni és meg lehet hallgatni a www.drupa.de honlap segítségével.

Milyen benyomást szeretne elérni a Drupa látogatókban?

Szeretném, ha azt éreznék, hogy a nyomtatós- és médiaipar Olimpiáján vettek részt!