

drupa 2008

Idén tovább nőtt a drupa szakvásár világ-méretű jelentősége: 138 országból mintegy 391 000 látogató érkezett. A rendkívül kedvező beruházási környezet következtében az üzletkötések összesített volumene meghaladta a tízmilliárd eurót. A nyomda- és médiaipar világviszonylatban is legnagyobb és legfontosabb szakvásárán, a drupán, 2008-ban nem is lehetett volna jobb a hangulat. A beruházási környezet kifejezetten jó volt, és messze felülmúlta az előzetes várakozásokat. Az 52 országból érkezett 1971 kiállító egyöntetűen értékes kapcsolatokról és sikeres üzletkötésekről számolt be.

„A drupa 2008 egyértelműen jelzi, hogy a nyomtatott média ipara, a számos innovációnak és az új üzleti területeknek köszönhetően, minden eddiginél nagyobb lendületben van” – vonta le *Albrecht Bolza-Schünemann*, a drupa elnöke és a *Koenig & Bauer AG* igazgatóságának elnöke a seregszemle mérlegét. „Ezt egyértelműen tükrözi az a jelentős számú üzletkötés, melyet szinte valamennyi fontos gazdasági térségből kötöttek.”

A drupa kiállítói összesen több mint tízmilliárd eurónyi eladásokról számoltak be – bár a szakmai bennfentesek szerint a tényleges beruházási volumen ennek sokszorosa lehet.

A Németországon kívülről érkezett látogatók aránya 59 százalékos, ami 4 százalékponttal haladja meg a négy évvel korábbi értéket. „Ezzel a drupa tovább erősítette világpiaci jelentőségét és nemzetközi tekintélyét. A nehéz gazdasági keretfeltételek tükrében ez figyelemre méltó siker” – fogalmazta meg a véleményét a drupa 2008 eredményeiről *Werner Matthias Dornscheidt* úr, a *Messe Düsseldorf* vásártársaság ügyvezetésének elnöke. „Ezen belül szintén örvendetes, hogy a tengerentúli látogatók arányát 43 százalékra sikerült növelni” – folytatta *Dornscheidt* úr. Ehhez a növekedéshez

azonban főként az ázsiai és latin-amerikai szakemberek járultak hozzá: ma már Dél- és Közép-Amerikából érkezik a látogatók 7 százaléka (2004-ben 5,9 százalékos volt az arányuk), Ázsiából pedig 15 százaléka (2004-ben ez az arány 13,6 százalék volt). Meglepően változatlan maradt 6 százalékkal az észak-amerikai látogatók aránya. A 2004-es drupa szakvásárra mintegy 394 000 látogató érkezett Düsseldorfba. „Nem csupán az euró magas dollár-keresztárfolyama miatt számítottunk az üzletmenet kisebb mértékű lankadására” – fejtette ki a vásárigazgató.

„Mindazonáltal ezek az értékek is nyomatékosan bizonyítják, hogy a drupa világviszonylatban is az iparág csúcsa, és a szakvásárunk nélkül sem történik a nyomda- és médiaiparban!”

Ez volt a látogatók véleménye is, akik a drupának nem csupán kiváló minősítést adtak (a látogatók 97%-a pozitívan értékelt), hanem a vásáron eltöltött időt átlagban 3,2 napra emelték (2004-ben ez 3 nap volt). Ez a szám azért is említésre méltó, mert jóval több vállalati felsővezető érkezett a drupa 2008-ra, mégpedig a látogatók 45%-a, míg ez a szám 2004-ben 42,2% volt. „A drupa 2008 kapcsán elvárásaink teljes mértékben teljesültek. Főleg a felvett kapcsolatok minőségével vagyunk elégedettek. Már a második vásári nap után minőségi, értékes megbeszéléseket tudtunk folytatni a világ minden tájáról érkezett látogatókkal. A beérkezett megbízások tekintetében ezzel a drupa-eredménnyel túlteljesítettük a tervet” – mondta *Martin Weickenmeier*, a drupa elnökhelyettese és a *Körber PaperLink GmbH* ügyvezető elnöke.

A *VDMA* (Német Gép- és Berendezésgyártók Szövetsége) szempontjait figyelembe véve szintén a várakozások felett teljesített a drupa 2008. „A drupa előtt nem voltunk biztosak abban, hogy milyen lesz a fogadtatás az ügyfelek részéről. Az utolsó két hét azonban bebizonyította, hogy az ügyfelek a nehéz piaci környezet

ellenére is tervezik és megvalósítják befektéseiket” – erősítette meg *Kai Büntemeyer*, a VDMA-n belüli Nyomda- és Papírtechnikai Szakmai Szövetség elnöke.

„A német nyomdai vállalatok szempontjából a drupa az új nyomdai technológiák legfontosabb szakvására – egyre gyakrabban tölti be a termékek és a szolgáltatások ötletműhelye funkciót” – értékelt *Thomas Mayer*, a Nyomda és Média Németországi Szövetségének ügyvezető főigazgatója. „Az új felhasználási minták, bemutatók és nem utolsósorban a Compass Session bemutatta a vásárlatókat, hogyan lehet felhasználni az új technológiákat innovatív nyomdai termékek előállításához és intelligens ügyfélbarát megoldásokhoz.”

Pozitív értékelést adtak a drupán a közösségi standon képviselt papíripari szövetségek, a VDP (Német Papírgyárak Szövetsége) és a WPV (Papírmegmunkálók Gazdasági Szövetsége) is. Ismételten bevált a közös pozicionálás, amely útmutatóként szolgált a papír értékeremtési láncához. Úgy tűnt, hogy míg a standlátogatók száma kissé csökkent, az ügyfelek komolyabban felkészültek a vásárlatókatásra.

A drupa 2008 a nyomdafestékiparhoz tartozó szakmai szövetségek tagvállalatai számára is pozitív mérleget jelentett. A főleg Távol-Keletről, Indiából, Dél-Amerikából érkezett látogatók száma az átlag felett volt. A jól felkészült látogatók és az iparág közötti szakmai tárgyalások intenzitása és minősége is említésre méltó. A tárgyalások súlyponti témája az alapanyagpiac extrémén feszült helyzete volt, amely jelentős kihatással van a nyomdafestékiparra és ennek ügyfeleire.

Kiemelkedően pozitív mérleget vonhatunk a szakmai kísérő programok terén. A drupa „innovation parc”, amely több mint 130 kiállítójával a digitális beszállítók terén bemutatott innovációk abszolút központja volt, különösen sikeres drupáról számolhat be.

2008-ban először rendezték meg a vásár területén a „drupacube” rendezvényt a „Print-buyers” szimpózium központját. A külön térítésért igénybe vehető súlyponti témákat előtérbe helyezte kilenc napon több mint 830 printvásárló élt a lehetőséggel, hogy ellátogasson a drupára. A „Kiváló nyomdatermékek a világ minden tájáról” kiállítást nagyon jól fogadták a drupalátogatók, a drupacube-ot különböző vállalatok használták vállalati rendezvények helyszínéül.

További kiemelkedő esemény volt a Xing-Party, amelyen 2008. június 7-én különböző Xing-csoportok „a nyomtatás elad” mottóval késő éjszakáig ünnepeltek.

Különösen örömteli az a tény, hogy a látogatók és kiállítók 39 százaléka a tömegközlekedési eszközöket használta (2004-ben 35%). „Stratégiánk célba ért, miszerint a gépkocsiforgalmat csökkenteni kell. Ennél is fontosabb a 2012-es drupáig az U80, az úgynevezett vásárvonal megvalósítása, mert ez még inkább elősegítené a forgalom csökkenését” – jelentette ki *Werner M. Dornscheidt*.

Az „egy drupa befejeztével a másik megkezdődik” mottó szerint a váltókat átállították, a következő drupa számára már az időpontot is kitűzték: Düsseldorf, 2012. május 3–16.

drupa 2008

KIÁLLÍTÓ VÁLLALATI VÉLEMÉNYEK

Agfa Graphics - Stefaan Vanhooren, elnök

Az Agfa Graphics bejelentette, hogy a drupa 2008 nagyon sikeres volt. A vállalat stílusos standja mindenki tekintetét vonzotta, innovatív megoldásai pedig számos profi nyomdász elismerését vívták ki. „Ez azt mutatja, hogy stratégiánk bevált” – mondta Stefaan Vanhooren, az Agfa Graphics elnöke, majd hozzáfűzte, hogy „az innovációk látogatóinkat egyértelműen meggyőzték. A drupa 2008 a sikert jelenti számunkra, és reméljük, ezt jelenti a grafikai szakma számára is.”

Canon Europe - David Preskett, a Professional Solutions európai marketing igazgatója

A drupa 2008 különlegesen sikeres vásár volt számunkra. Számos látogatót köszönthettünk standunkon, és hihetetlenül sok dolgunk volt. Úgy véltük, hogy olyan valós problémákra helyeztük a hangsúlyt, amelyekkel ügyfeleink munkájuk során találkoznak, továbbá olyan lehetőségeket emeltünk ki, amelyeket mi kínálunk ügyfeleinknek bevételeik növelése érdekében, és ezzel célba találtunk. Nagyon elégedettek voltunk a látogatók szakmai felkészültségét illetően, és komoly üzleteket kötöttünk a standon. Alig fejeződött be a drupa 2008, mi máris örömmel várjuk a 2012-es részvételt.

CIP4 Organization - James Harvey,
ügyvezető igazgató

Semmi sem hozza ennyire reflektorfénybe az új technológiákat és vonzza a látogatókat, mint a drupa innovációs park. Akár új, akár régi kiállító egy vállalat, ha izgalmas, új technikával érkezett, azt itt kell bemutatni!

Domino Printing Sciences - Sheila Richardson, a marketing szolgáltatási ágazat igazgatója
Sheila Richardson szerint a tintasugaras nyomtatási megoldásokat kínáló brit vállalatnak a drupa ismét szerfelett nagy sikert hozott. Az L400 thermo tintasugaras nyomtató és a Bitjet V4.5 binaris tintasugaras nagysebességű rendszer első alkalommal volt látható a nyomdaipar ilyen nagy rendezvényén, és a standon több darabot meg is rendeltek belőlük. „Variálható nagysebességű tintasugaras termékeink a legkülönbözőbb nemzetközi beszerzők érdeklődésének középpontjában álltak, ez is bizonyítja a drupa-látogatók szakmai színvonalát” – mondta Richardson.

Duplo International Ltd. - Christophe Bourreau,
kirendeltségvezető

Franciaországi, olaszországi, lengyelországi és egyesült királysági kirendeltségeinket érintő forgalom kereken 1 000 000 euró. A legelső naptól megbízásokat kaptunk, és 70 százalékkal több kapcsolatot vehettünk fel, mint négy évvel ezelőtt ugyanebben az időpontban. A vállalat exportkirendeltségei is sok megrendelést könyvelhettek el.

Eastman Kodak Company - Antonio M. Perez,
CEO és elnök

A drupa 2008 a Kodak számára világszintű platformot nyújtott az ofszetszegmensben bemutatott saját és integrált kiadási megoldásaink számára. A Kodak sikeres Stream tintasugaras technikája mellett teljes termépalettánkat érintő megrendelések százait és a világ minden tájáról kapcsolatok ezreit könyvelhettük el. A Kodak sikere a drupán azt bizonyítja, hogy a digitális, konvencionális és hibridtermékek körében ügyfeleink bevételének növelése érdekében nyújtott szolgáltatásaink visszhangra találtak.

EFI - Paul Cripps, ügyvezető igazgató, EMEA
Különösen sikeres vásárra tekinthetünk vissza.

„One World, One drupa” mottónkhoz híven lényegesen több külföldi látogatónak örvendhettünk. Ezt tükrözi a rengeteg felvett minőségi kapcsolat és a sok megkötött szerződés, melyek közül kiemelkedő számban voltak Kelet-Európából, Afrikából, a Közel-Keletről és Ázsiából.

Köszönhettük első nyugat-európai beta-ügyfelünket, akit a digitális VUTEK DS szériás színtanyomás terén nyertünk, a vásáron történt technikai bemutató során. Természetes, hogy örömmel várjuk a 2012-es drupát!

Epson Europe - Yvonne Myhill, marketing
A vásár, mint mindig, most is jól alakult.

EskoArtwork - Carsten Knudsen, CEO

Mivel a csomagolás az egész világra kiterjedő üzlet, és az EskoArtwork „globális játékos”, így a drupa tökéletes és egyedülálló szakmai platform ahhoz, hogy ügyfeinkkel és partnereinkkel a kapcsolatot ápolhassuk. Ezen a drupán főleg a csomagolászakmát érintő megoldásaink, a flexó nyomóformarendszerek és az ipari nyomó workflow iránti érdeklődés volt bámulatos.

Az EskoArtwork csomagolással kapcsolatos felvett megrendeléseinek száma több mint 50 százalékkal magasabb eredményt mutat, mint amit az EskoArtwork 2004-ben elkönyvelhetett. Nagyon örülünk az EskoArtwork ipari integrációjának, melyet ügyfeleink és partnereink bizonyítanak.

GMG - Christian Schwarze, kereskedelmi igazgató

A drupa globális bemutatkozási lehetőséget nyújtott számunkra egyetlen standon, és ez magasan túlszárnyalta elvárásainkat. Tökéletes belépőt nyújtott részünkre ahhoz, hogy olyan új, feltörekvő piacokra is bejuthassunk, mint Latin-Amerika, India és Kína. Ez üzleti eredményeinket minden bizonnyal komolyan fogja érinteni.

Heidelberg Druckmaschinen AG

- Bernhard Schreier, elnök

Elvárásaim visszafogottak voltak. A vásár azonban a vártnál jobban sikerült. 85 országból több mint 2500 megbízást jegyeztünk, ennek egy-egyedét Németországból.

Az Egyesült Államokból és a Kínából érkezett megrendelések is számottevőek.

Hewlett Packard, Indigo Division

- Alon Bar-Shany, elnökhelyettes és főigazgató

A drupa 2008 a HP számára fantasztikus vásár volt, ami még a mi magas elvárásainkat is túlszárnyalta. Nagyon elégedettek voltunk a látogatók szakmai spektrumával, mindpedig számával és földrajzi megoszlásával, továbbá a képviselt szakmai paletta szélességével. Magasan túlteljesítettük az új partnerek megrendeléseinek terén remélt terveinket, amely azt is bizonyítja, hogy a digitális nyomás mára a technika főáramlatává lett, amely ügyfeleink számára igazán rentábilis hasznot hoz.

A vásáron bemutatott új megoldások pozitív fogadtatása, mint amilyenben például a HP Indigo 7000, HP Indigo WS6000, HP Inkjet Web Press, HP Designjet L65500, továbbá a SmartStream Digital-Workflow termékpaletta részesült, megerősíti a HP nyomdaiparban használt grafikai megoldások terén elfoglalt vezető szerepét.

KOMORI - Junya Shimada,
a Komori International Europe elnöke

Érthető, hogy a drupa nemzetközi szinten is bővíti határait. Ez a legmegfelelőbb lehetőség arra, hogy a globális piacra bekerüljünk. Itt megtudhatjuk, melyek az alvó és melyek az intenzív, illetve a feltörekvő piacok. Olyan vásárlókat is fogadtunk, akik általunk nem várt országokból érkeztek. A földrajzi sokszínűség meghatározó, hiszen Latin-Amerikától Lettorszáig itt vannak a vásárlók. Igen erős az érdeklődés a B2, B1 és tekercsnyomás terén, és komoly üzleteket kötöttünk a világ minden tájáról érkezett vállalatokkal.

manroland - Gerd Finkbeiner, elnök

„Nem kritikus szakmában dolgozunk, inkább a szakmánk értelmezése kritikus” – kommentálta Finkbeiner az általános helyzetet –, „de mi németek pozitív impulzusokat könyvelhetünk el. Ügyfeleink, továbbá ügyfeleink ügyfeleinek számára több innovációt és továbbfejlesztést hoztunk. Mindent megtettünk, hogy a print a valóság erejével hasson.” A manroland szerint erősen motivál az, hogy a vásári eredmények magasan a vártak fölött teljesültek. Elértük céljainkat, és körülbelül annyi megrendelést kaptunk, mint négy éve. A manroland szerint a drupa idején kötött üzletek három számjegyű milliós értéket jelentenek.

Moll Equipment Kft. - Christopher Wells,
értékesítési igazgató

Teljes mértékben megérte kiállítani – a látogatók rohama nem csökkent, és ez az érdeklődés nagy örömmel töltött el bennünket.

Press-Sense - Shelagh Hammer,
marketingelnök-helyettes

Mivel az üzletmenet automatizálása a drupán csúcseredmény volt, örömmel nyilatkozunk, hogy a vásár számunkra kimagaslóan sikeresnek tekinthető. Technikánkat saját standunkon és partnereink standjain kereken 25 demo helyszínen mutattuk be, és ezzel nem csupán egy nagy számot írtunk a drupán, hanem hatékonyan elértük nemzetközi ügyfeleinket és partnereinket. A drupa valóban az a platform, hogy megtapasztalhassuk, mely irányba fejlődik az iparág mind piaci, mind pedig technikai szempontból.

PrintCity - John Dangelmaier, elnök

A PrintCity-Allianz minden idők legsikeresebb drupa-részvételével 2008-ban ünnepli 10. évfordulóját. Az elmúlt években Allianzunk társvállalatai egyre aktívabbak lettek, de ennek ellenére mindig örömmel tölt el bennünket, hogy világviszonylatban vezető csoportként hálózatosodott, technológiától vezérelt vállalként állíthattunk ki a drupán. Máris várjuk a 2012-es drupát.

Punch Graphix (Xeikon/BasysPrint)

- Paul Willems, marketingvezető

Mindent egybevéve, a drupa számunkra kimagaslóan pozitívan zajlott, jól informált, multinacionális döntéshozókkal, akik minden kontinenst képviseltek. És ezúttal a digitális nyomás mint kiforrott technika végre teljes elfogadásra tett szert, így a vásárlók a Xeikont és BasysPrintet is kosarukba tehették. Hogy a drupa lendületét folytassuk, elvisszük Düsseldorfból az USA-ba a berendezéseket, hogy azoknak is be tudjuk mutatni, akik nem látogattak ide.

Quite Software (DIP-kiállító)

- Charles James, igazgató

A vásár NAGYSZERŰ volt!!! A DIP csodálatos emberekkel működött. Gyorsan fel tudtunk építeni mindent, és nagyon közel volt a raktár.

Az ételek finomak, a helyszín kellemes volt, a személyzet pedig barátságos és szakmailag képzett.

Ricoh Europe PLC - Graham Moore, Printing termelési igazgató

Az első drupa-részvétel a Ricoh Csoport számára óriási sikert jelentett. Az a célunk, hogy vezető szerephez jussunk. A vásár nagy lépést jelentett nekünk ezen az úton. A drupán a világ minden tájáról üdvözölhattünk látogatókat, akik bíznak a Ricoh gyártási megoldásaiban. Építkeznünk kell a vásár sikeréből, és reméljük, találkozunk a 2012-es drupán.

RIT School of Print Media (USA)

- Frank Romano, Professor Emeritus

A drupa többet jelent, mint kilométerhosszú folyosókat és nagyszerű standokat, a drupa ötleteket és innovációkat is jelent. Itt lehet ugyanis megtalálni egy helyen a legjobb és legintelligensebb workflow-, szoftver- és rendszertermékek bemutatóját. Bernd Zipper, a DIP-ötletek atyja a kreatív atmoszférát technikai bepillantásokkal ötvözi, hogy látogatók ezreit informálja a prezentációk, bemutatók és publikációk során. A DIP teszi a drupát egyedülálló rendezvénné.

SCREEN - Tim Taylor, marketingigazgató

Ez volt eddig a legjobb drupa a Screen számára. Fantasztikus lehetőség volt ahhoz, hogy bemutassuk a nyomtatás digitális jövőjét. Digitális nyomtatási technológiáink teljes skálája bemutatkozott, mint például az úgynevezett feszített címkék, tranzakciós, továbbá a kereskedelmi és nagyformátumú újságok, amelyeket a legszélesebb felhasználói körnek szánunk. Ezenkívül több CtP-egységetadtunk el, mint korábban egyéb bemutatókon.

Steinemann Technology AG - Jürg Spittler, elnökhelyettes és a Grafikai Divízió vezetője

A drupa grandiózus siker volt számunkra. Jóval több gépetadtunk el, mint reméltük, sőt még olyan külföldi ügyfeleink is akadtak, akiket korábban nem ismertünk. Például egy szíriai nyomda 700 000 eurós értékű HIBIS 104 rotációs szita- és flexógépünket rendelte meg, teljesen spontán.

Ultrachem - Tony Brinton, ügyvezető igazgató

Kifejezetten elégedettek voltunk standunk elhelyezésével a 6-os csarnokban, és az érdeklődők számával is. Pontosan a megfelelő emberekkel találkoztunk, és a szerződések értéke jóval többet fedez, mint amennyibe vásári részvételünk került.

Vacuumatic - Mark Booth, termékigazgató
Nagyon lelkesek vagyunk a drupa eredményeitől – napról napra egyre több megrendelést kaptunk, csak az ötödik napon 90-et.

Watkiss Automation - Jo Watkiss, igazgató
Több mint elégedett voltam a drupa eredményeivel – mind a megkötött szerződésekkel, mind a jó standelhelyezéssel kapcsolatban.

XAAR - Phil Eaves, kereskedelmi és marketingigazgató

A bemutatkozás során az Xaar inkjet a világ minden sarkát megfogta. Kitörő technológiánk óriási nemzetközi érdeklődést keltett gyártók és nyomdászok körében.

A tárgyalásainkból kiderült, hogy az inkjet még ennek az iparnak csak a felszínét érte el. Az elkövetkezendő évek robbanást ígérnek!

Xerox Europe - Valentin Govaerts, senior elnökhelyettes, Production és Graphic Arts ipar
Mindig úgy lesz a drupán, hogy a vállalatok meg akarják osztani legnagyobb híreiket.

A drupa 2008-on a Xerox-nak is volt ilyen ten-nivalója. Megmutattuk, hogy megvan az ipart vezető technológiánk, amikor is bemutattuk az iGen4-et, állandó vonalunkat, és bemutattuk a verzatilis termékeinket, mint pl. a Docu-Color 5000AP-t és a Xerox 700 Digital Colour Press-t. De azt is megmutattuk, hogy a borítékba a jövőben is olyan terveket helyezünk, mint amilyen most a ConceptColor 220 és a zselés tintáink.

Itt a drupa végén azt érezhetjük, hogy eltép-tük a célszalagot, bár a versenynek soha nincs vége. A Xerox megmutatta, hogy az élvonalban van helye.

David Zwang - szakmai tanácsadó (USA)

Számomra a DIP a szakma igazi szolgáltatása. Olyan lehetőségeket vált valóra, amelyek normál esetben szinte lehetetlenek; mindig időt szakítok arra, hogy megnézzem, mit hoztak bemutatni a kiállítók. Bernd tudja, hová valók ezek, és egy „nagy stand” érzetét fogja adni egy kicsi áráért. Így mindenki megmutathatja, mi is van raktáron, továbbá abban is segít, hogy a jövőben is megbízható gyártás és technika álljon rendelkezésünkre.