



## VERANSTALTUNGEN

Show und Knowhow) oder zahlreichen Sonderflächen für Soft- und Hardwarelösungen für die Druck- und Medienindustrie, werden einige topaktuelle Themen im Rahmen verschiedener Sonderschauen vorgestellt.

In Kombination mit den geplanten Highlight-Touren, Führungen zu verschiedenen Themenbereichen, und den Compass-Sessions des Bundesverband Druck und Medien werden die Sonderschauen dem Besucher eine bis dato nicht dagewesene Informationsplattform anbieten, die ihm auf der drupa 2004 eine neutrale und optimale Vorbereitung für seine Investitionsentscheidungen an die Hand gibt.

**Davon können die Veranstalter „normaler“ Druck- und Kommunikationsfachmessen nur träumen. Die drupa 2004 ist bereits heute vollständig ausgebucht: Über 1.800 Aussteller werden zur 13. Print Media Messe vom 6. bis 19. Mai 2004 erwartet, alle 17 Messehallen mit insgesamt über 160.000 Quadratmetern Netto-Ausstellungsfläche werden belegt sein. Und auch X-media wird natürlich dort präsent sein und beginnt hiermit mit seiner Drupa-Berichterstattung. (Unseren genauen Drupa-Fahrplan finden Sie auf Seite 72.)**

# Countdown für Drupa in Düsseldorf, 6. bis 19. Mai 2004 Olympiade für den Druck vollständig ausgebucht

**H**orst Klosterkemper, Geschäftsführer der Messe Düsseldorf darf tatsächlich zufrieden sein. „Angesichts der wirtschaftlich schlechten Rahmenbedingungen ist das ein klares Votum der weltweiten Druck- und Kommunikationsbranche für die drupa in Düsseldorf“, bewertet er diese Zahlen. „Die drupa war, ist und wird auch in Zukunft die wichtigste Messe für Print Media, Publishing und Converting sein. Was die Olympischen Spiele für den Sport bedeuten, ist die drupa für die Druck“. Auch wenn die detaillierte Ausstellerliste und Platzierung der einzelnen Aussteller noch nicht vorliegt – einzelne Branchenschwerpunkte stehen schon jetzt fest. Beispielsweise belegt die PrintCity – die strategische Allianz von Unternehmen der graphischen Industrie mit MAN Roland und Agfa als Initiatoren – wieder die Halle 6. Traditionell präsentiert sich die Heidelberger Druckmaschinen mit ihren Kooperationspartnern in den Messehallen 1 und 2. Die Hallen 15 und 16 werden von KBA, Komori und Mitsubishi geprägt, während die digitale Drucktechnik vorrangig in den Hallen 3 bis 7 platziert sein wird. Und auch die Gebrauchtmaschinenbörse geht nach

ihrer erfolgreichen Premiere auf der drupa 2000 wieder in den Pavillon zwischen dem Congress Center Süd und Halle 1.

Nun, wenn Sie noch keinen Messe-Standplatz ergattert haben – die Chancen ausstellen zu können stehen schlecht. Aber versuchen können Sie es ja noch. Die Veranstalter haben auf der Webseite [www.drupa.de](http://www.drupa.de) eine Rubrik „Warteliste“ eingerichtet...

### Umfangreiches Rahmenprogramm

**T**rotz der Freude über den Ausstellerandrang will man sich – was die erhoffte Besucherzahl betrifft – nicht auf den Lorbeeren ausruhen (bei der letzten Millennium-Drupa besuchten knapp 430.000 Besucher die Veranstaltung). Auch die Düsseldorfer Messe als Veranstalter tut das was andere Messeveranstalter auch tun um die Veranstaltung attraktiver zu gestalten: Noch nie zuvor wurde die Print Media Messe von einem so umfangreichen fachlichen Rahmenprogramm begleitet, wie es für 2004 geplant wird. Neben Edutainment-Events, wie zum Beispiel die Innovations-Arena (eine Mischung aus

### Millennium-Drupa 2000

**D**ie letzte Millenniums-Drupa 2000 hat alleine quantitativ neue Superlative aufgestellt. Über 428.000 Fachbesucher aus 171 Ländern, über 4.100 Journalisten aus der ganzen Welt, 1.957 ausstellende Firmen aus 49 Ländern, eine Ausstellungsfläche von über 159.000 Quadratmetern.

Auch die qualitativen Ergebnisse konnten sich sehen lassen. Aussteller und Besucher haben der drupa 2000 Bestnoten erteilt, immer wieder war von der „besten Drupa, die es je gab“ die Rede. Und in der Tat: Die drupa 2000 war von einer ungeheuren Investitions-Bereitschaft geprägt, was die internationale Druck- und Medienbranche voller Dynamik ins 3. Jahrtausend starten ließ. „Wer die Drupa 2000 miterlebt hat konnte diese Aufbruchstimmung hautnah spüren“, brachte Albrecht Bolza-Schünemann, Präsident der drupa 2000, die Stimmung auf der letzten Drupa auf den Punkt. Nun, von dieser Aufbruchstimmung ist nichts mehr übrig geblieben. Wollen wir hoffen, dass bis in den Mai 2004 ein neuer, positiver Funke auf die Branche überspringt.

