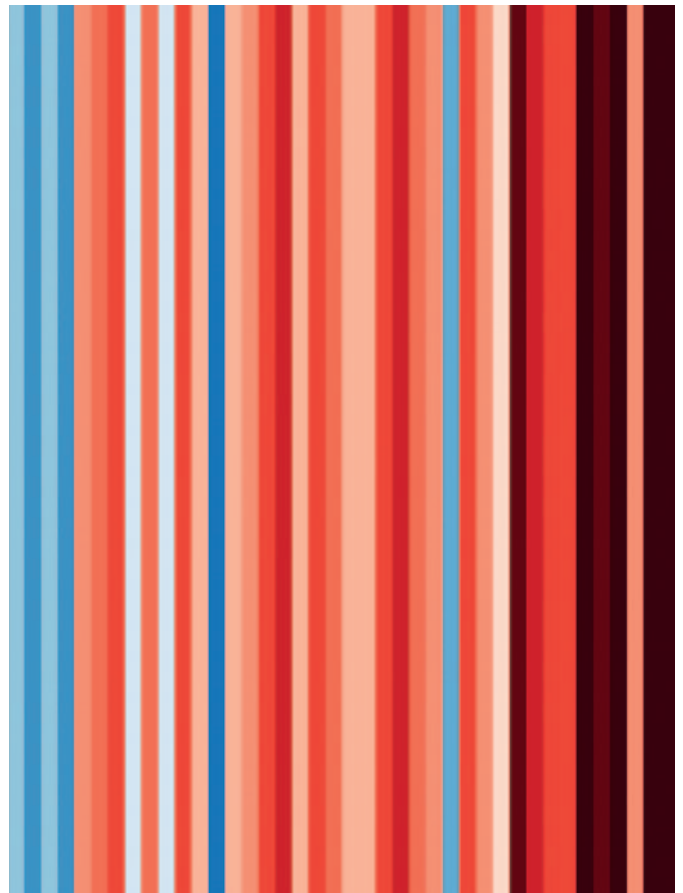


VERSCHNAUFEN, KALT DUSCHEN, WEITERMACHEN?

Nein, kein Barcode und auch kein Gemälde. Es ist die Visualisierung der Temperaturveränderungen im Zeitraum von 1850 bis 2023 (hier im Ausschnitt der Stripe für Deutschland der letzten 40 Jahre). Die sogenannten Warming Stripes gibt es vom globalen Klimastreifen über Europa bis zu einzelnen Bundesländern. Durch ihre einfache Darstellung ermöglichen sie, dass sich die Dramatik der Erderwärmung auf einen Blick erfassen lässt. Jeder Warming Stripe stellt die Durchschnittstemperatur eines Jahres dar. Blau bedeutet unter, Rot über dem Durchschnitt der mittleren Temperatur im Zeitraum von 1971 bis 2000.



Nachhaltigkeit ist ein Thema dieser Ausgabe, die *drupa* auch und Künstliche Intelligenz. Und bei allen drei Schwerpunkten gibt es Bemerkens- und Bedenkenswertes. Nun könnte man es jedem Individuum selbst überlassen, wie er oder sie diese Themen gewichtet. Doch alles rund um Umwelt- und Klimaschutz, Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft hat inzwischen eine Dringlichkeit und einen Stellenwert erreicht, dagegen kann man eine Messe – auch wenn es die *drupa* ist – getrost vergessen.

Apropos vergessen – so schlimm war es auf der *drupa* nun auch wieder nicht, wenngleich es durchaus Kritik an der diesjährigen Ausgabe gibt. Es ist aber weniger das Zusammentreffen der Branche, das kritisiert werden könnte, es war die Umsetzung, die Grund zu der Forderung nach einem neuen Konzept war. Auch wenn die Messe für die großen Aussteller noch einmal interessant und erfolgreich war, darf nicht vergessen werden, dass die Besucherzahl so tief gesunken ist wie nie zuvor.

Sollte die *drupa* noch immer das Branchen-Barometer sein, das den Zustand der Druckindustrie darstellt, kann als Analogie durchaus der Temperatur-Stripe herangezogen werden: Es ist gefährlich heiß geworden, um nicht zu sagen, es brennt.

Die euphorische Abschlussmeldung der *Messe Düsseldorf* spiegelt die Realität jedenfalls nicht wider. 170.000 Besucher in diesem Jahr, ein Minus von 35% oder 60.000 Gästen weniger als noch 2016 – nachdem auch vor acht Jahren schon 50.000 Besucher we-

niger nach Düsseldorf gekommen waren als bei der *drupa* 2012. Man möchte sich ein weiteres Minus gar nicht vorstellen! Dann wäre der Aufwand für eine solche Messe wohl nicht mehr gerechtfertigt. Kommen dann die »Zugpferde« wie *Heidelberg*, *Koenig & Bauer*, *HP* und all die anderen Hersteller von Digitaldruckmaschinen überhaupt noch? Stehen diese Namen jedoch nicht mehr auf der Ausstellerliste, wird es für noch weniger Besucher interessant, die Messe zu besuchen. Eine Zwickmühle!

Künstliche Intelligenz wird dann auch einer noch so beliebten Messe wie der *drupa* nicht helfen können. KI hat nach dem riesigen Hype vor gut eineinhalb Jahren nicht nur selbst einiges an Problemen zu bewältigen, wie unser Artikel ab Seite 44 zeigt, sondern muss auch beweisen, dass KI wirklich das halten kann, was versprochen wurde.

In keinem der drei Fälle ist es damit getan, einfach so weiterzumachen. An allen drei Themen muss mit Hochdruck gearbeitet werden, damit es nicht doch noch ein böses Erwachen gibt.



Trotzdem: Viel Spaß bei der Lektüre des Heftes.

Ihr

Klaus-Peter Nicolay

Chefredakteur Druckmarkt



SOS
KINDERDORF

Eine Familie zu haben, ist das größte Glück

SOS-Kinderdorf schenkt Kindern in Not ein liebevolles Zuhause. Weil jeder eine Familie braucht.

www.sos-kinderdorf.de

Spendenkonto: Bank für Sozialwirtschaft

IBAN DE51 3702 0500 7840 4636 24

BIC BFSWDE33XXX

