drupa 2028 – Pressemeldung Nr. 8 / Oktober 2026

Printmärkte in Bewegung: drupa insights zeigt neue Wachstumschancen

Print verändert seine Rolle im Media-Mix – und zugleich verändern Druckdienstleister ihre Märkte. Sie erweitern ihr Leistungsportfolio, erschließen neue Anwendungen und bewegen sich zunehmend über klassische Segmentgrenzen hinweg. Aktuelle Analysen auf drupa insights zeigen, wo daraus neue Geschäftschancen entstehen und welche Faktoren für eine erfolgreiche Portfolioerweiterung ausschlaggebend sind.

Print gewinnt im integrierten Media-Mix an Gewicht

69 Prozent der befragten Print Buyer erwarten, dass der Print-Anteil ihres Kommunikations- und Media-Mix in den kommenden zwölf Monaten steigt. Das deutet weniger auf eine Rückkehr zu klassischen Kommunikationsmustern als auf eine gezieltere Rollenverteilung der Kanäle hin: Print kommt dort zum Einsatz, wo physische Präsenz, Zielgenauigkeit und haptische Qualität einen eigenständigen Beitrag zur Kommunikation leisten.

Gleichzeitig verändern sich die Anforderungen an Druckdienstleister. Gefragt sind kürzere Reaktionszeiten, flexible Auflagen, Personalisierung sowie zunehmend digitale und nachhaltige Produktionsprozesse. Besonders im Label- und Packaging-Bereich beeinflussen diese Anforderungen Auswahl, Produktion und Beschaffung. Technologie wird damit zunehmend daran gemessen, welchen konkreten Nutzen sie entlang der Wertschöpfung schafft.

Konvergenz öffnet neue Geschäftsfelder

Parallel dazu verlieren traditionelle Segmentgrenzen innerhalb der Printindustrie an Trennschärfe. Druckdienstleister erweitern ihr Portfolio, erschließen angrenzende Anwendungen oder bedienen zusätzliche Märkte.

Messe Düsseldorf

Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Deutschland

+49 211 4560 01
info@messe-duesseldorf.de
www.messe-duesseldorf.de

Geschäftsführung
Wolfram N. Diener (Vorsitzender)
Marius Berlemann
Bernhard J. Stempfle

Vorsitzender des Aufsichtsrats
Dr. Stephan Keller

Amtsgericht
Düsseldorf HRB 63
USt-IdNr. DE 119 360 948
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der Messe Düsseldorf
ufi Member
The global Association of the Exhibition Industry

AUMA
Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft

FKM
FKM – Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen

Treiber sind veränderte Kundenerwartungen, neue Produktionsmöglichkeiten und die Suche nach Wachstum jenseits des angestammten Kerngeschäfts.

Wie weit diese Entwicklung bereits reicht, zeigt eine 2025 von Alliance Insights durchgeführte Befragung nordamerikanischer Druckdienstleister: 83 Prozent der 339 Befragten geben an, mindestens ein Segment außerhalb ihres Kerngeschäfts zu bedienen. Für die internationale Einordnung ergänzte Alliance Insights die Befragung um eine Recherche zu verifizierten Unternehmensentwicklungen in Europa, Asien, Südamerika sowie im Nahen Osten und Afrika. In den dokumentierten Fällen erweist sich Packaging als das stärkste marktübergreifende Expansionsfeld – besonders in Asien und Südamerika. Die Beispiele weisen damit auf internationale Entwicklungsmuster hin, bilden jedoch keine repräsentative Marktstatistik für einzelne Regionen ab.

Nathan Safran, Vice President, Research bei Alliance Insights, ordnet die Entwicklung so ein: „Konvergenz eröffnet zusätzliche Wachstumsoptionen. Expansion allein ist jedoch noch keine Strategie. Entscheidend ist, wo Kundennachfrage, wirtschaftliches Potenzial und die eigenen Fähigkeiten zusammenkommen."

Automatisierung, Robotik, Künstliche Intelligenz und integrierte Workflows können den Schritt in neue Anwendungsfelder unterstützen. Sie vernetzen Prozesse, erhöhen die Flexibilität und helfen, Variantenvielfalt und kleinere Losgrößen wirtschaftlich zu steuern. Einen tragfähigen Business Case ersetzen sie jedoch nicht: Ob aus technologischen Möglichkeiten erfolgreiches Geschäft entsteht, hängt vom Zusammenspiel von Marktanforderungen, Organisation und vorhandenen Kompetenzen ab.

drupa insights verbindet Markt, Technologie und Praxis

Die Analyse von Alliance Insights zur Konvergenz ist Teil von drupa insights. Die Plattform bündelt internationale Markt- und Technologieanalysen mit Perspektiven aus der Praxis. Das Themenspektrum reicht von

Automatisierung, Robotik und Künstlicher Intelligenz über Packaging und die Anforderungen von Print Buyern und Brand Ownern bis zur zunehmenden Konvergenz von Marktsegmenten.

Sabine Geldermann, Director drupa, Portfolio Print Technologies, sagt: „„Mit drupa insights ordnen wir aktuelle Branchenentwicklungen ein und zeigen, welche Auswirkungen sie auf Märkte und Geschäftsmodelle haben."

Als Bestandteil des Clusters LEARN stärkt drupa insights den kontinuierlichen Wissenstransfer auf dem Weg zur drupa 2028. Die Analyse zur Konvergenz und weitere Expertenbeiträge sind auf der Plattform verfügbar: www.drupa.de/insights. Für den Zugang zu den Inhalten ist eine kurze Registrierung erforderlich. Dies gilt auch für bereits registrierte Fachbesucherinnen und Fachbesucher der drupa.

Pressereferat drupa
Christian Müller, Senior Manager MarCom (Press & PR)
Apostolos Hatzigiannidis, Manager MarCom (Support)
Tel: +49 (0)211-4560 -435 /-544
MuellerC@messe-duesseldorf.de;
HatzigiannidisA@messe-duesseldorf.de

www.drupa.de