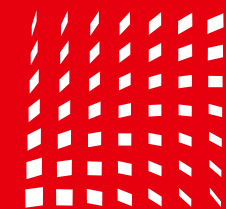




CD-Manual drupa 2028
Stand: Juli 2026



drupa

The global stage for
printing solutions



Messe
Düsseldorf

Inhaltsverzeichnis

Dieses Corporate Design-Manual gibt einen Überblick über die gestalterischen Elemente der drupa 2028. Es dient als verbindliche Grundlage für deren einheitliche und korrekte Anwendung in allen relevanten Kommunikationsmedien.

Die konsequente Einhaltung der in diesem Manual definierten Vorgaben gewährleistet einen konsistenten, hochwertigen und wiedererkennbaren Markenauftritt in der internen wie externen Kommunikation. Abweichungen von den definierten Richtlinien sind zu vermeiden, da sie die Markenidentität nachhaltig schwächen.

Das drupa CD-Manual ist interaktiv. Damit ist es jedem Nutzenden möglich, ganz unkompliziert zwischen den einzelnen Bereichen des Menüs zu wechseln und schnell den individuellen Überblick über den Leitfaden für die grafische Gestaltung zu erhalten.

01 Marke S.03

drupa 2028
Markenkern
Markenwerte

02 Logo S.07

Claim
Logo
International
Stand allgemein
Stand mit MD-Logo
Anwendungen

03 Schrift S.14

Hausschrift
Individualisierte Schriftzüge
Anwendung

04 Farben S.18

Hausfarben
Verlauf Rot
Verlauf Erlebniscluster
Hintergrundverläufe

05 Keyvisual S.23

Der Oktopus
Datei
Kampagnenmotiv
Keyvisual Dos
Keyvisual Don'ts
Animation

06 Erlebniscluster S.30

07 Bildsprache S.32

Kreativvisuals
Schriftzug
Hintergrund & Tentakel
Fotografie

08 Grafiken S.37

Diagramme
Icons

09 Beispiele S.40

Imagekampagne Plakat
Ausstellerkampagne Packaging-Motiv
Rollup/Großflächen
Ausstellerbroschüre
Imagetrailer
Online-Banner Image
Online-Ads Ausstelleraquise
Video-Ads Ausstelleraquise
Header Website
Social Media Header
drupa insights
Geschäftsausstattung
PowerPoint Master



01 Marke

01 Marke

drupa 2028: The global stage for printing solutions

Die drupa ist als Weltleitmesse der Print- und Packaging-Production-Community Schaufenster und Taktgeber zugleich. Als globaler Treffpunkt der Branche verbindet sie Technologieanbieter, Produzenten, Marken, Kreative und Entscheidungsträger entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Die drupa 2028 markiert den Aufbruch in eine neue Ära der Kollaboration und Vernetzung. Mit den vier Erlebnislustern grow, create, learn und play schafft sie neue Berührungspunkte zwischen Industrie, Marken und Kreativwirtschaft und fördert Innovation, Wissenstransfer, Business Development und Networking.

Die Megatrends Künstliche Intelligenz, Robotik, Automatisierung und End-to-End-Workflows prägen die Inhalte der drupa 2028. Praxisnahe Anwendungen, intelligente Produktionsprozesse und neue Geschäftsmodelle stehen dabei ebenso im Fokus wie internationale Zusammenarbeit und die Erschließung neuer Märkte und Zielgruppen.



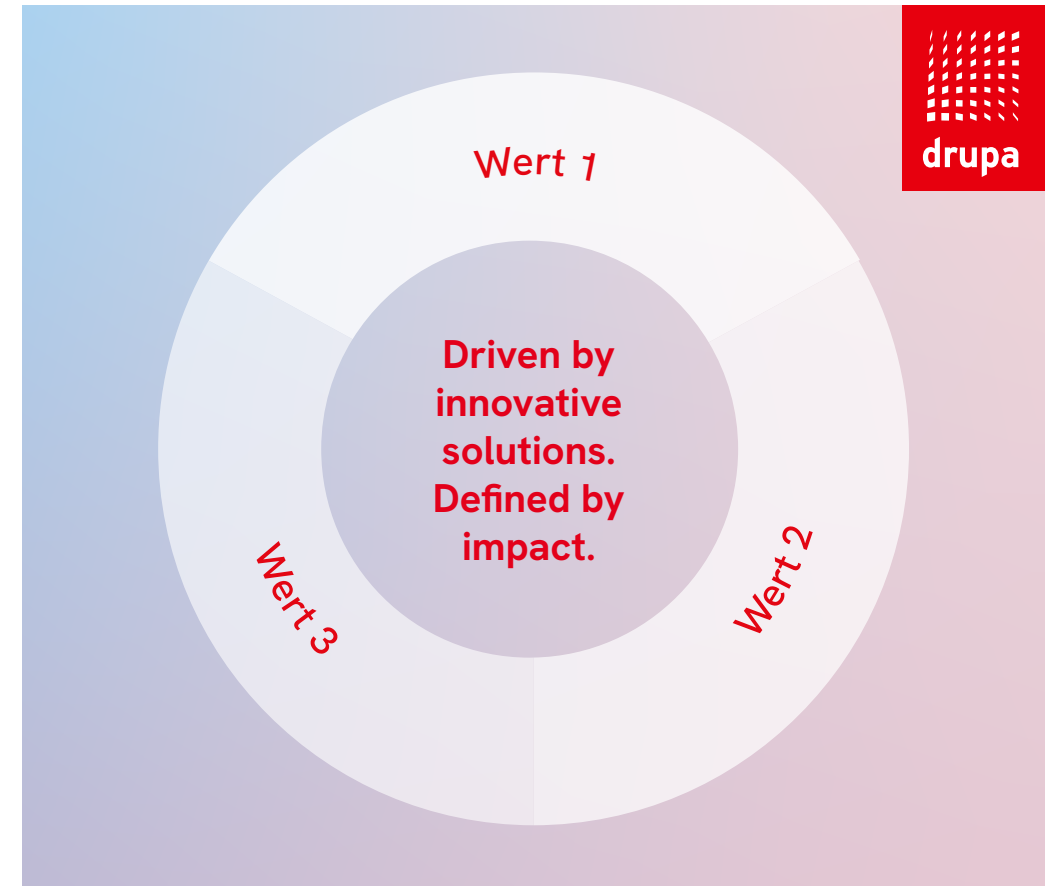
01 Marke

Markenkern

Die drupa steht für technologische Klarheit und konkrete Entscheidungen. Hier wird nicht über Zukunft gesprochen – sie wird gezeigt.

Wer zur drupa kommt, erlebt Technologien im realen Einsatz, vergleicht Lösungen im Detail und trifft Entscheidungen, die Prozesse verändern und Märkte voranbringen.

Ein Ort, der Orientierung bietet, Vertrauen schafft und Wirkung entfaltet.



01 Marke

Markenwerte

unite – Wir kommen zusammen, um echte Wirkung zu erzielen.

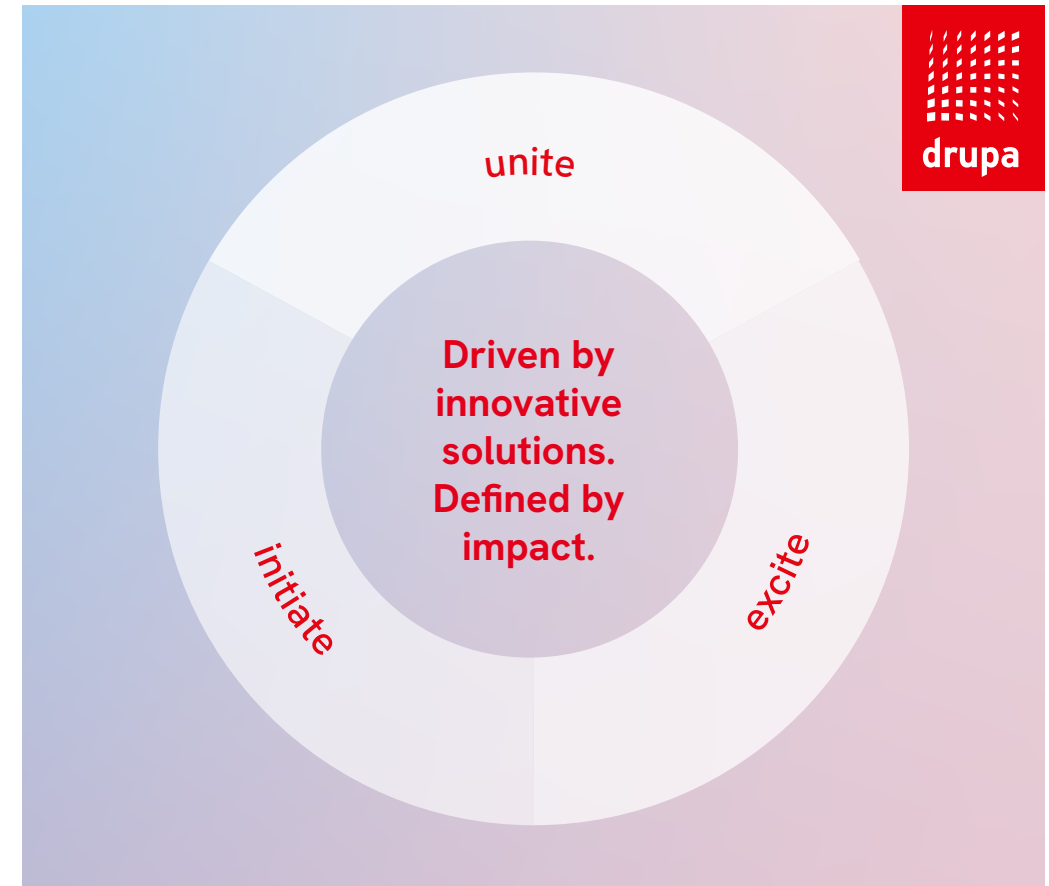
Seit Jahrzehnten schafft die drupa einen globalen Anlaufpunkt. In Zukunft werden wir alle Teilhabenden noch stärker zusammenbringen und aktiv involvieren, um die Power of Print zu entfesseln.

excite – Wir begeistern Aussteller, Kunden, Konsumenten weltweit.

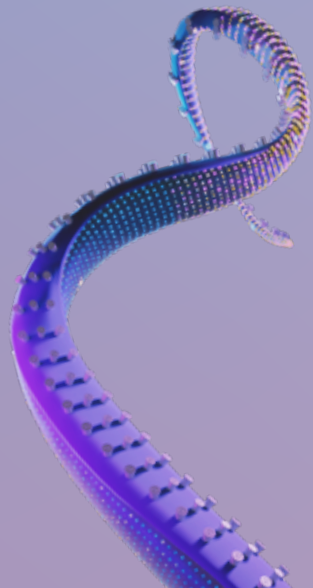
Wir begeistern durch Wissen & Technik, indem wir Angebote schaffen, die Ratio und Emotio triggern. Unser Portfolio bietet dafür den perfekten Nährboden, um always-on zu begeistern.

initiate – Wir setzen den Impuls für die Zukunft.

Wir erwecken, fordern und fördern Eigeninitiative, denn Fortschritt muss sich immer bewegen. Wir verstehen, welche Impulse die Industrie benötigt, und inspirieren alle, daran teilzuhaben.



02 Logo



02 Logo

Neuer Claim

Der neue Claim verdeutlicht die strategische Neuausrichtung der drupa.

The global stage

Steht für die internationale Führungsposition der drupa und ihre Rolle als Bühne für Innovation, Austausch und Zusammenarbeit – während der Messe und darüber hinaus.

for printing solutions

Unterstreicht den Wandel von der klassischen Leistungsschau hin zu einer lösungsorientierten Plattform mit Fokus auf ganzheitliche End-to-End-Lösungen für die Printindustrie.



The global stage for printing solutions

02 Logo

Das druPA-Logo liegt in verschiedenen Versionen vor.

In der Imagekommunikation wird vorzugsweise das Logo mit Claim (dru2802_Vertikal_mit_Claim) oder das Hauptlogo (dru2802_Vertikal) verwendet.

Dateitypen:

cmyk.ai
cmyk.jpg
cmyk.pdf
rgb.ai
rgb.jpg
rgb.pdf

Bei internationaler Nutzung werden ausschließlich die englischsprachigen Logo-Varianten verwendet.

→ Seite 10



dru2802_Vertikal



dru2802_Vertikal_mit_Claim



dru2802_Vertikal_mit_Datum_DE



dru2802_Vertikal_mit_Claim+Datum_DE



dru2802_horizontal_mit_Claim



dru2802_horizontal_mit_Datum_DE



dru2802_horizontal_mit_Claim+Datum_DE

02 Logo

International

Für den internationalen Einsatz werden die englischen Logo-Varianten verwendet.

Dateitypen:

cmyk.ai

cmyk.jpg

cmyk.pdf

rgb.ai

rgb.jpg

rgb.pdf



dru2802_Vertikal



dru2802_Vertikalmit_Claim



dru2802_Vertikalmit_Datum_EN



dru2802_Vertikalmit_Claim+Datum_EN



dru2802_horizontalmit_Claim



dru2802_horizontalmit_Datum_EN



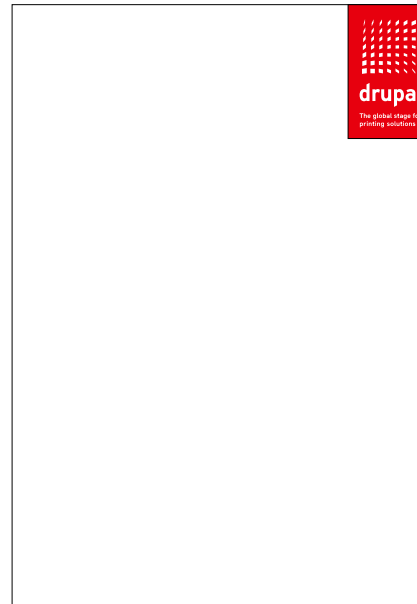
dru2802_Vertikalmit_Claim+Datum_EN

02 Logo

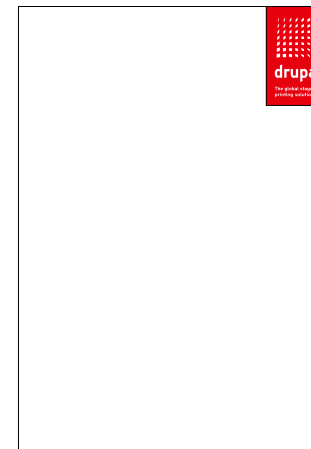
Stand allgemein

Das drupa-Logo wird immer rechts oben im Anschnitt platziert. In Ausnahmefällen kann es auch links oben im Anschnitt platziert werden.

Bei Werbemitteln ist der Stand auch frei auf der Fläche erlaubt, wenn keine Möglichkeit zur Platzierung im Anschnitt oben besteht.



DIN A2



DIN A3



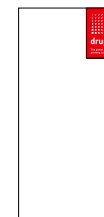
DIN A4



DIN A4 quer



DIN A5



DIN lang
(bei MD-interner Nutzung: 100x210 mm)

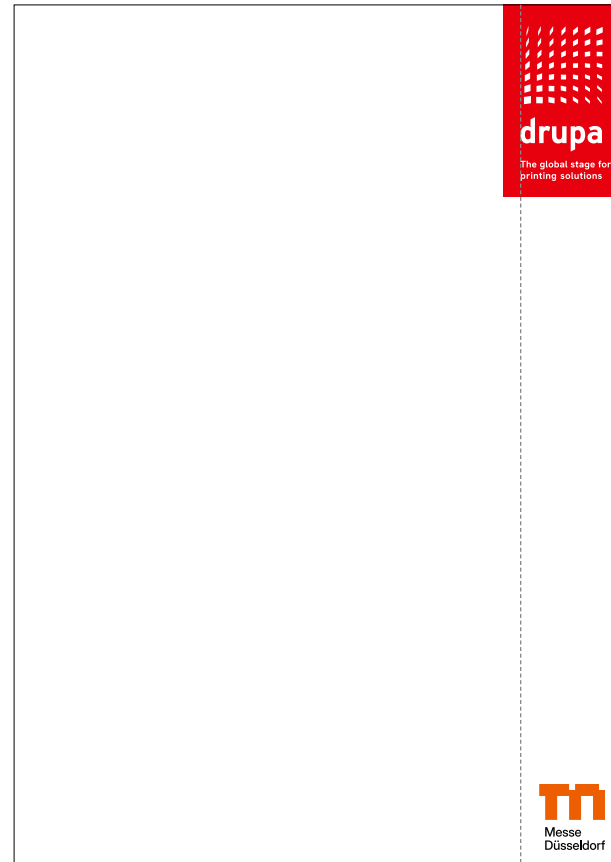
02 Logo

Stand mit MD-Logo

Die Breiten des drupa-Logos sind für alle gängigen Formate festgelegt:

Format	Logobreite
DIN lang	26,25 mm
DIN A5	26,25 mm
DIN A4	43 mm
DIN A3	61 mm
DIN A2	86 mm
DIN A1	122 mm
DIN A0	172,5 mm
Banner (Welcome)	595 mm
Großflächenplakat (18/1)	523 mm

Logogröße bei DIN-Formaten im Querformat kann so wie bei DIN lang und DIN A5 bestimmt werden.



Prinzip bei allen DIN-Formaten mit Ausnahme von DIN A5 und DIN Lang



DIN A5 und DIN Lang

02 Logo

Anwendungen

richtig

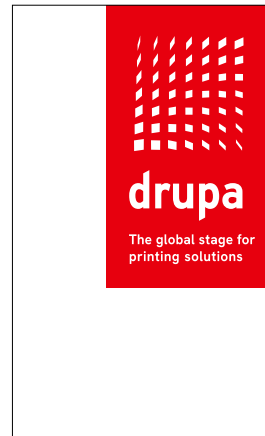
Das Logo darf nur auf Weiß oder drupa-Rot (siehe Farben) gestellt werden. Außerdem ist die Platzierung auf dem Keyvisual oder anderen farbigen Hintergrundbildern erlaubt. Logo, Slogan und Keyvisual stehen immer für sich allein.

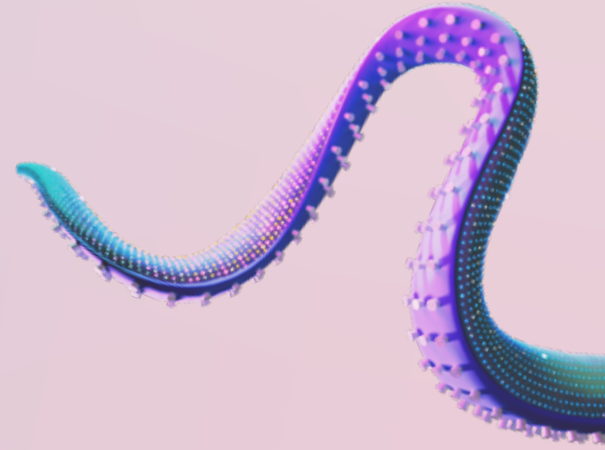
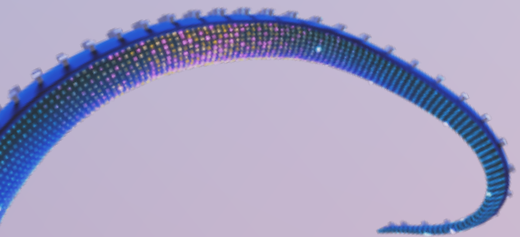
falsch

Das Logo darf nicht auf einem anderen Rot-Ton als dem drupa-Rot platziert werden. Ebenfalls nicht auf anderen Farbflächen oder SchwarzWeiß-Bildern.

Das Logo darf generell in keiner Weise verändert werden, weder farblich noch im Text.

Das Logo muss immer für sich allein stehen. Es dürfen keine Firmenlogos eingebaut werden.





03 Schrift

03 Schrift

Neue Hausschrift

In den Kommunikationsmedien der drupa wird ausschließlich die Hausschrift Hanken Grotesk eingesetzt. Alle Schriftschnitte (mit Ausnahme von Thin) sind erlaubt.

Die Hanken Grotesk ist ein lizenzfreier Google Font und bietet aufgrund der vielen Schriftschnitte zahlreiche Möglichkeiten. Download: <https://fonts.google.com/specimen/Hanken+Grotesk>

Für den problemlosen Datenaustausch wird bei Office-Anwendungen (Word, E-Mail) die Systemschrift Arial verwendet. Bei PowerPoint wird die Messe Düsseldorf Hausschrift Inter verwendet. Auf der Website wird die Schrift Source Sans Pro verwendet.

Hanken Grotesk

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o
p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , ; () ? !

Regular

Die Gestaltung von Schrift ist ein wesentliches Element visueller Kommunikation. Jeder Schriftschnitt verleiht dem Text einen eigenen Charakter und unterstützt unterschiedliche Anwendungen.

_Fließtext

Semibold

Die Gestaltung von Schrift ist ein wesentliches Element visueller Kommunikation. Jeder Schriftschnitt verleiht dem Text einen eigenen Charakter und unterstützt unterschiedliche Anwendungen.

_Beschreibungen

Bold

Die Gestaltung von Schrift ist ein wesentliches Element visueller Kommunikation. Jeder Schriftschnitt verleiht dem Text einen eigenen Charakter und unterstützt unterschiedliche Anwendungen.

_Sublines
_Hervorhebungen

Extrabold

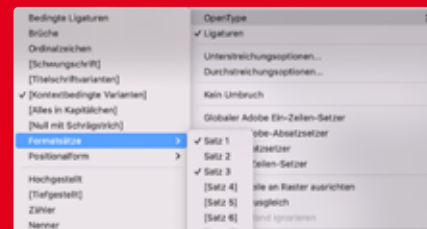
Die Gestaltung von Schrift ist ein wesentliches Element visueller Kommunikation. Jeder Schriftschnitt verleiht dem Text einen eigenen Charakter und unterstützt unterschiedliche Anwendungen.

_Headline

Wichtig!!

Formatsatz 1 und 3 im OpenType aktivieren (runde Punkte und zweistöckiges g)

i g



03 Schrift

Individualisierte Schriftzüge

Um der drupa auch typografisch eine eigenständige Identität zu verleihen, wurden ausgewählte Buchstaben der Hausschrift individuell angepasst. Charakteristische Schrägen greifen die Formensprache des „d“ und „p“ aus dem drupa-Logo auf und schaffen eine gestalterische Verbindung zwischen Typografie und Marke.

Die modifizierten Buchstaben kommen im Kampagnenslogan sowie in Headlines und Buzzwords zum Einsatz.

Dateitypen in Weiß und Rot:

cmyk.eps

rgb.png

Der `drupa_Slogan_Schriftzug` und der `drupa_Schriftzug` werden ausschließlich in dieser Schreibweise verwendet und als Datei eingesetzt!



grow create
learn play

drupa_Erlebniscluster_play_Schriftzug
drupa_Erlebniscluster_learn_Schriftzug
drupa_Erlebniscluster_create_Schriftzug
drupa_Erlebniscluster_grow_Schriftzug

d – d p – p
b – b h – h
l – l k – k

03 Schrift

Anwendung

In den Kommunikationsmedien der drupa (mit Ausnahme der PPT) wird ausschließlich die neue Hausschrift Hanken Grotesk eingesetzt. Alle Schnitte (bis auf Thin) sind erlaubt. Kursivschnitte sind eher unüblich.

Die Headlines werden immer einfarbig in drupa-Rot oder Weiß gesetzt.



Hanken Extrabold

- Slogan (8)
- Headlines (1)
- Buttons (5)

Hanken Bold

- Zahlen (6)
- Claim (9)
- Zwischenheadline (4)
- Hervorhebungen (3)

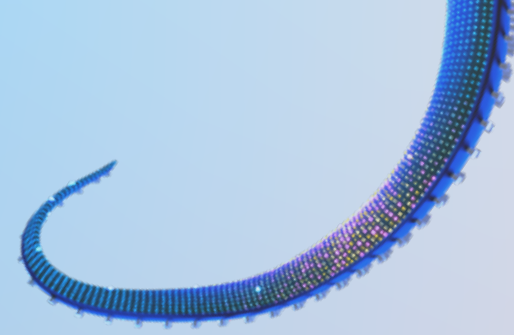
Hanken Semibold

- Beschreibung (7)

Hanken Regular

- Copy (2)





04 Farben

04 Farben

Hausfarben

Die Primärfarbe der drupa ist das drupa-Rot. Zusätzlich werden Weiß und Schwarz verwendet.

Die Sekundärfarben erweitern das Farbspektrum und schaffen Differenzierung innerhalb der Markenkommunikation. Sie kennzeichnen Themen, Erlebnisluster und Inhalte und werden sowohl als Vollfarben als auch in dynamischen Farbverläufen eingesetzt.

drupa rot CMYK 0 100 100 0 RGB 227 6 19 HEX #e30613 Pantone 1795C/HKS 14	Erlebnisluster learn Schrift drupa mintgrün CMYK 56 0 48 0 RGB 106 222 166 HEX #6adea6 Pantone 346C 344U	drupa aqua CMYK 33 0 16 0 RGB 181 230 227 HEX #b5e6e3 Pantone 290C	drupa himmelblau CMYK 40 5 0 0 RGB 162 211 243 HEX #a2d3f3 Pantone 278C	drupa blau CMYK 68 16 0 0 RGB 64 171 227 HEX #40abe3 Pantone 279C
	Erlebnisluster play Schrift drupa orange CMYK 0 60 84 0 RGB 239 127 51 HEX #ef7f33 Pantone 158C 144U	drupa rosa CMYK 23 57 0 0 RGB 201 133 184 HEX #c985b8 Pantone 251C	Erlebnisluster create Schrift drupa violett CMYK 64 66 0 0 RGB 117 98 168 HEX #7562a8 Pantone 2101 C	Erlebnisluster grow Schrift drupa dunkelblau CMYK 100 90 33 0 RGB 41 55 111 HEX #29376f Pantone 662C

04 Farben

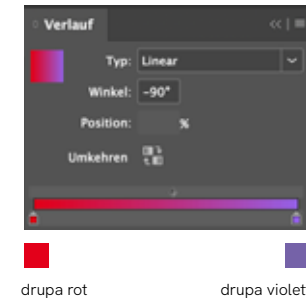
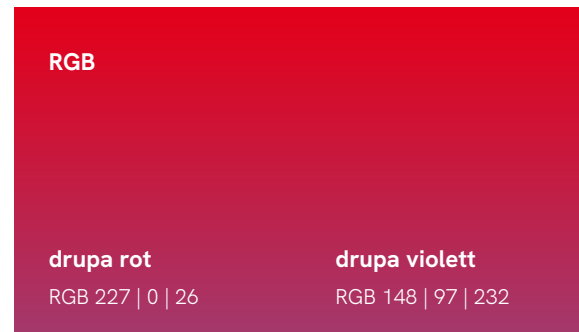
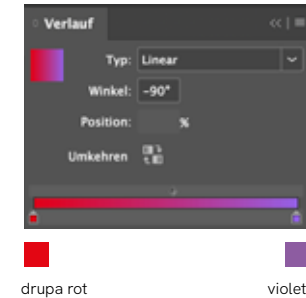
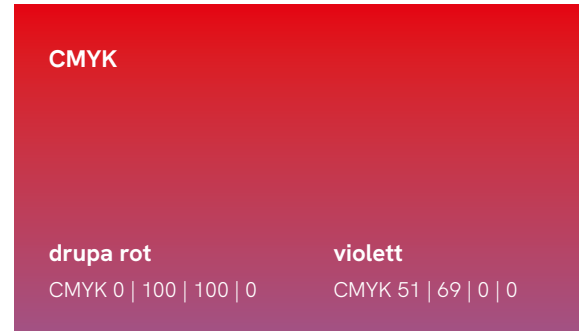
Verlauf Rot

Die drupa-Rotflächen werden in den Kommunikationsmedien mit einem dynamischen Verlauf unterlegt.

Der Rotverlauf dient der klaren Gliederung von Informationsbereichen. Er eignet sich insbesondere für Datumsangaben, Kontaktdaten sowie weitere Service- und Infoblöcke.

Hinweis

Bei großformatigen Druckerzeugnissen sollte auf die Verwendung eines technischen Verlaufs verzichtet werden. Stattdessen empfiehlt sich der Einsatz eines Bildmotivs mit integrierten Störungen. Technische Farbverläufe können im Druck zu sichtbaren Abrissen führen.

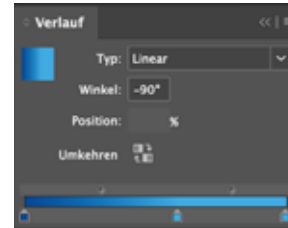


04 Farben

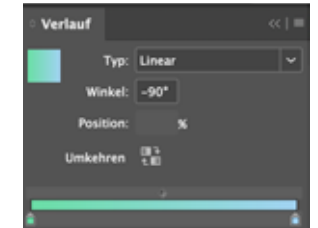
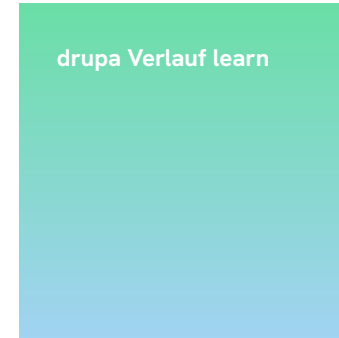
Verläufe Erlebnisluster

Die Farbverläufe leiten sich aus den definierten Sekundärfarben ab und sind ausschließlich für die Gestaltung der Erlebnisluster vorgesehen.

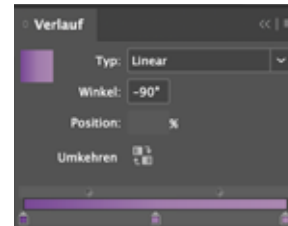
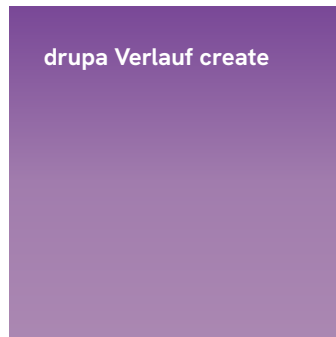
Mehr Informationen zu den Erlebnislustern. → [Seite 31](#)



drupa dunkelblau drupa blau drupa blau



drupa mintgrün drupa himmelblau

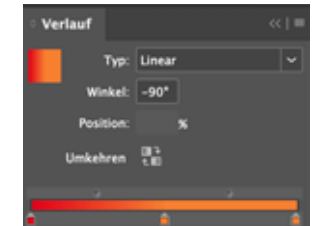
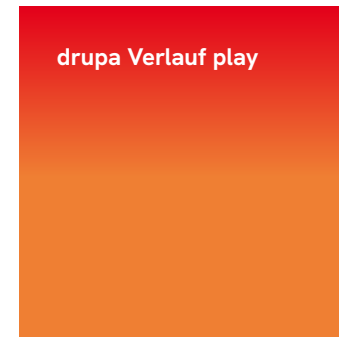


drupa create violett 1 drupa create violett 2 drupa create violett 3

drupa create violett 1
CMYK 64 | 80 | 0 | 0
RGB 121 | 72 | 151
HEX #794897

drupa create violett 2
CMYK 43 | 57 | 8 | 0
RGB 161 | 124 | 173
HEX #a17cad

drupa create violett 3
CMYK 39 | 51 | 10 | 0
RGB 171 | 136 | 178
HEX #ab88b2



drupa rot drupa orange drupa orange

04 Farben

Hintergrundverläufe

Die Hintergrundverläufe werden für großflächige Hintergründe eingesetzt und können je nach Format und Layout in unterschiedlichen Ausschnitten verwendet werden. Bei der Wahl des Bildausschnitts ist stets auf einen ausreichenden Kontrast zu den Inhalten zu achten, um eine gute Lesbarkeit der Texte sicherzustellen.

Dateitypen:

cmyk.ai

rgb.ai



drupa_verlauf-hintergrund_1



drupa_verlauf-hintergrund_2



drupa_verlauf-hintergrund_3



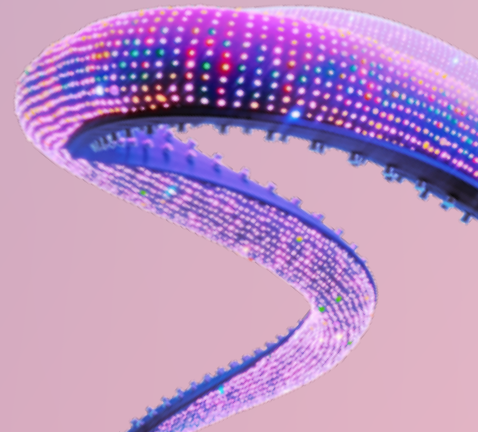
drupa_verlauf-hintergrund_4



drupa_verlauf-hintergrund_5



05 Keyvisual



05 Keyvisual

Der Oktopus – das Sinnbild der drupa 2028

Die drupa steht für technologischen Fortschritt mit Wirkung. Sie ist die Plattform, auf der aus Innovationen marktreife Lösungen werden und aus Visionen konkrete Entscheidungen entstehen. Der Oktopus verkörpert diese Haltung wie kein anderes Symbol: intelligent, vernetzt, anpassungsfähig und faszinierend.

Als Meisterwerk der Natur steht er für Eigenschaften, die auch die moderne Print- und Packaging-Production-Industrie auszeichnen. Er löst komplexe Herausforderungen, reagiert flexibel auf Veränderungen und verbindet Eigenständigkeit mit perfektem Zusammenspiel. Seine Fähigkeit, sich anzupassen, zu regenerieren und sich kontinuierlich weiterzuentwickeln, macht ihn zum idealen Sinnbild einer Branche, die Innovation, Effizienz und Transformation miteinander verbindet.

Der Oktopus ist die Metapher für ein intelligentes, vernetztes Ökosystem – genau wie die drupa selbst.

Die visuelle Idee

Aus dieser Haltung entstand eine eigenständige visuelle Identität. Der drupa-Oktopus erscheint als hochwertige 3D-Figur mit einer freundlichen, einladenden Ausstrahlung und übernimmt die Rolle des Gastgebers für die globale Print- und Packaging-Community.

Seine Gestaltung greift zentrale Merkmale der Branche auf: Leuchtende Datenpunkte symbolisieren Vernetzung und Innovation, präzise Oberflächen stehen für technologische Exzellenz und höchste Produktqualität. Die Saugnapfe sind Saugdüsen aus dem Offsetdruck nachempfunden.



05 Keyvisual

Datei

Der Oktopus liegt in verschiedenen Dateiformaten vor:

Drupa_Oktopus_final_25cm

Drupa_Oktopus_final_50cm

Drupa_Oktopus_final_100cm

Dateitypen:

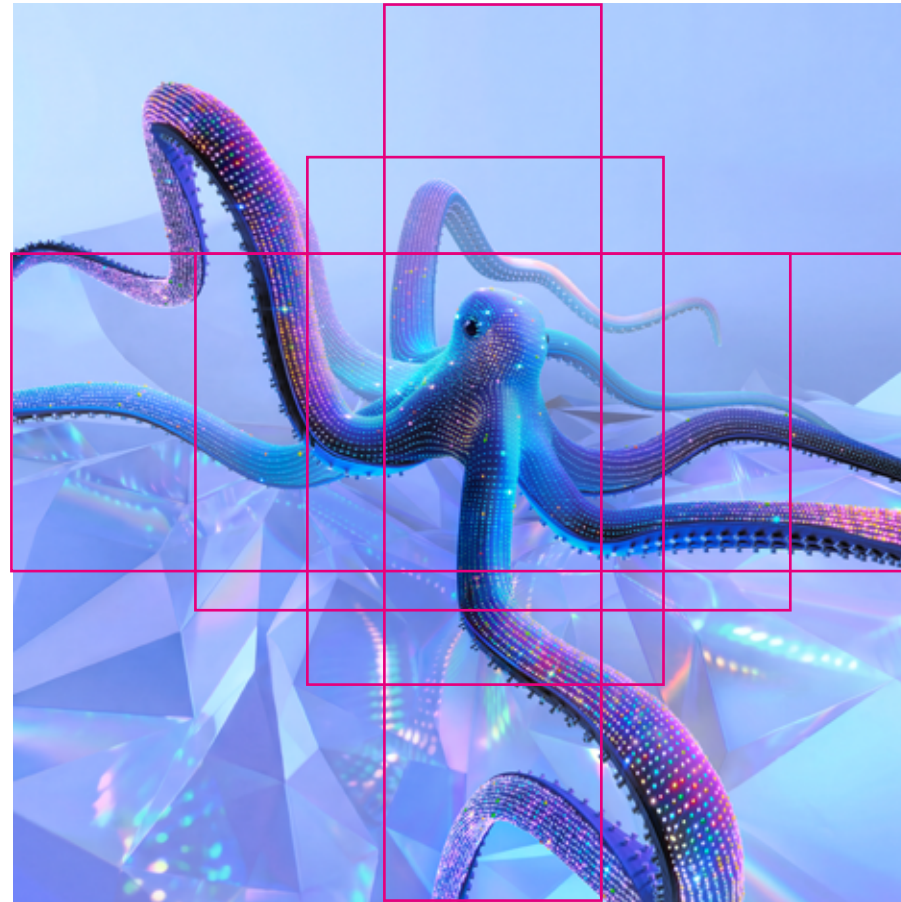
cmyk.tif

rgb.jpg

Das Keyvisual ist als Mastermotiv für den Einsatz in unterschiedlichen Formaten angelegt. Es darf jedoch nicht komplett eingespiegelt werden, da sonst die plakative Wirkung verloren geht.

Wichtig!!

Der Oktopus darf in keinsten Weise verändert werden. Er darf weder umgefärbt noch verbreitert werden! Die Tentakel dürfen nicht verändert oder verlängert werden.



Drupa_Oktopus_final

05 Keyvisual

Kampagnenmotiv

Das Kampagnenmotiv besteht aus dem drupa-Logo mit Claim, dem Oktopus, dem drupa_Schriftzug und dem drupa_Slogan_Schriftzug. Das Motiv wird je nach Anwendung um Datum und URL ergänzt.

Mit dem Kampagnenslogan „dive into the unseen“ unterstreicht die drupa ihren Wandel von der Weltleitmesse zur globalen, kollaborativen Lösungsplattform. Passend zum Oktopus lädt der Slogan dazu ein, tiefer einzutauchen – in Innovationen, Technologien und Lösungen, die unter der Oberfläche liegen und den Markt nachhaltig prägen.

Visuell rückt die Kampagne den drupa_Schriftzug und drupa_Slogan_Schriftzug bewusst in den Mittelpunkt. Die prominente Platzierung stärkt die Markenpräsenz und orientiert sich an der klaren Markeninszenierung internationaler Konferenzen und Festivalmarken.

In der Kampagne wird der individualisierte Schriftzug und Slogan verwendet → Seite 16



05 Keyvisual

Keyvisual Dos

Der drupa-Schriftzug und der drupa_Slogan_Schriftzug sind so konzipiert, dass sie in den meisten Anwendungen als fester Verbund eingesetzt werden können.

Je nach Format oder Anwendungsbereich können jedoch Anpassungen erforderlich sein.

Die folgenden Grundregeln sind dabei stets einzuhalten:

- Der drupa-Schriftzug wird grundsätzlich links im Anschnitt platziert.
- Der drupa-Schriftzug wird im Hochformat vorzugsweise von Anschnitt zu Anschnitt platziert, im Querformat links im Anschnitt platziert.
- Der Bildausschnitt ist so zu wählen, dass der Oktopus die Hauptrolle im Motiv einnimmt.
- Der Kopf des Oktopus muss stets frei von Texten und anderen Gestaltungselementen bleiben.

Hochformate:



Standard Verbund: „unseen“ bildet eine Linie mit „p“. Der drupa-Schriftzug von Anschnitt zu Anschnitt und optisch vertikal zentriert.

drupa
dive into
the unseen



In diesem Online-Banner passt der Verbund von Kante zu Kante, jedoch wäre der Slogan zu klein. Der Slogan wird so vergrößert, dass „into“ und „p“ eine Linie bilden. drupa-Schriftzug optisch vertikal zentriert zum Logo

Querformate:



In diesem Online-Banner wäre der Verbund von Kante zu Kante zu groß, daher bilden drupa-Schriftzug und Logo eine Linie und der Slogan wird vergrößert.



Im Querformat wird der Verbund plakativ links im Anschnitt platziert.

05 Keyvisual

Keyvisual Don'ts

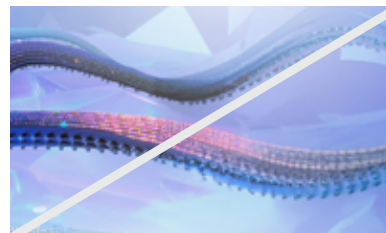
Das Keyvisual ist das wichtigste kommunikative Bild der Marke nach außen. Abweichungen von den definierten Richtlinien sind zwingend zu vermeiden, da sie die Markenidentität nachhaltig schwächen können.



Der Oktopus ist zu klein. drupa-Schriftzug und Slogan sind zu klein.



Der Oktopus ist zu klein. drupa Schriftzug und Slogan sind nicht im linken Anschnitt.



Die Tentakel wurden grob verbreitert und verändert. Die hochwertige Ausstrahlung der Marke ist nicht gegeben.



Der Oktopus wurde verändert und hat eine andere Kopfform. Eine konsequente Markenführung ist nicht gegeben.



Der Oktopus ist zu groß.



Kopf und Auge werden von Elementen verdeckt.



Schriftzug und Slogan sind voneinander getrennt.

Wichtig!!

Der Oktopus darf in keinsten Weise verändert werden. Er darf weder umgefärbt, verzerrt noch in seinen Proportionen verändert werden! Die Tentakel dürfen nicht verändert oder verlängert werden.

05 Keyvisual

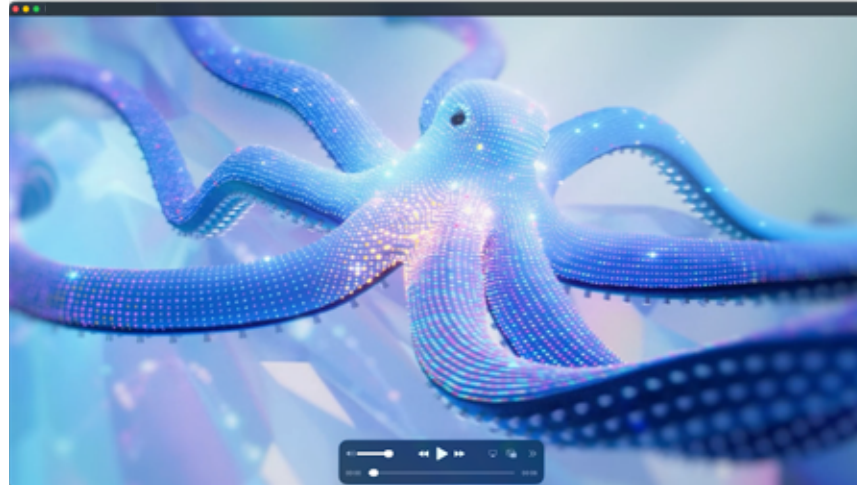
Animation

Die animierte Form des Keyvisuals wird in Filmen, bei Präsentationen und in Social-Media-Kanälen verwendet. Sie liegt in verschiedenen Formaten vor.

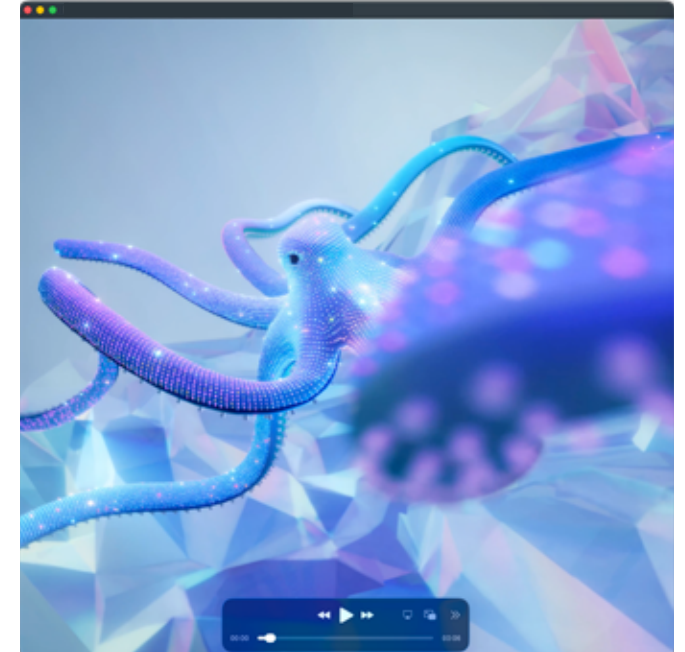
Dateitypen:

drupa_Oktopus_Loop.mp4

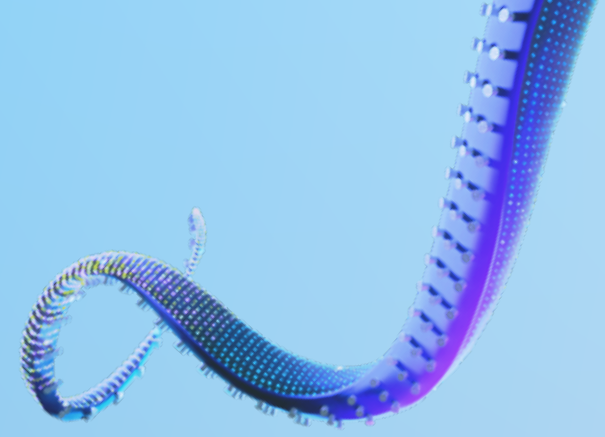
drupa_Oktopus_Zoom.mp4



drupa_Oktopus_Loop



drupa_Oktopus_Zoom



06 Erlebniscluster

06 Erlebniscluster

Mit den vier Erlebnisclustern grow, create, learn und play schafft die drupa 2028 neue Berührungspunkte zwischen Technologieanbietern, Industrie, Marken und Kreativen. Die Cluster erhöhen die Sichtbarkeit von Ausstellern, fördern gezieltes Networking und schaffen zusätzliche Plattformen für Wissenstransfer, Business Development und Thought Leadership.

Die Erlebniscluster werden prominent als Vignetten dargestellt. Sie können sowohl im 4er-Verbund als auch einzeln eingesetzt werden.

Die Schriftzüge → Seite 16 und Verläufe → Seite 21 und sind fest definiert.

Dateitypen:

cmyk.tif

rgb.jpg

**Business &
Solutions**

grow

create

**Brand-Owner &
Kreativwirtschaft**

**Wissen &
Inspiration**

learn

play

**Erlebnis &
Community**

drupa_Erlebniscluster_gesamt
drupa_Erlebniscluster_create
drupa_Erlebniscluster_grow
drupa_Erlebniscluster_learn
drupa_Erlebniscluster_play

07 Bildsprache



07 Bildsprache

Kreativvisuals

Ergänzend zum Oktopus als zentralem Keyvisual kommen weitere Kreativvisuals zum Einsatz.

Die Motive verbinden technische und kreativ-emotionale Farbwelten durch den gezielten Einsatz der Sekundärfarben. Charakteristisch ist eine prägnante Struktur, die von Partikeln, Prozessen und Effizienz abgeleitet ist. Die Motive besitzen eine eigenständige Ästhetik, die sowohl technisch als auch künstlich anmutet. So entsteht ein unverwechselbarer Bildstil, der Vernetzung, Bewegung und Multidimensionalität vermittelt.

Das Bildkonzept bietet die Möglichkeit, unterschiedliche Zielgruppen gezielt anzusprechen. Gleichzeitig bleibt die Wiedererkennbarkeit der Marke jederzeit gewährleistet.

Dateitypen:

cmyk.tif

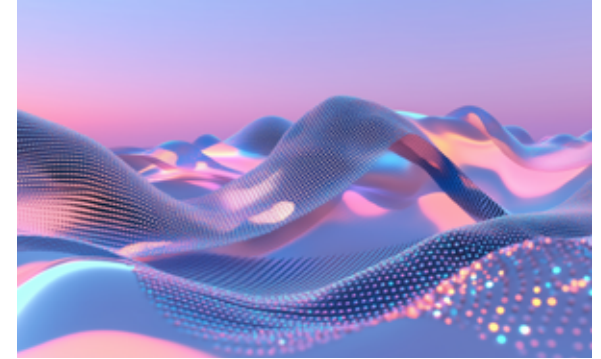
rgb.jpg



drupa_Kreativvisual_textile



drupa_Kreativvisual_packaging2



drupa_Kreativvisual_print



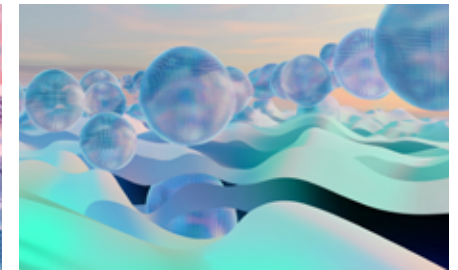
drupa_Kreativvisual_packaging



drupa_Kreativvisual_materials



drupa_Kreativvisual_robotics



drupa_Kreativvisual_print2

07 Bildsprache

Schriftzug

Die Kreativvisuals können als Bildfüllung innerhalb von Schriftzügen eingesetzt werden. Dabei sind ausschließlich einzelne Wörter oder Zahlen zulässig. Für definierte Anwendungen werden feste Bildausschnitte verwendet. Bei allen Anwendungen ist auf eine ausreichende Lesbarkeit sowie einen klaren Kontrast zwischen Schrift und Bild zu achten.

Die Schriftzüge werden grundsätzlich auf dem definierten drupa-Farbverlauf platziert. Die Positionierung ist so zu wählen, dass der Kontrast jederzeit eine optimale Lesbarkeit gewährleistet und die Bildfüllung ihre Wirkung entfalten kann.

Dateitypen:

cmyk.tif

rgb.png

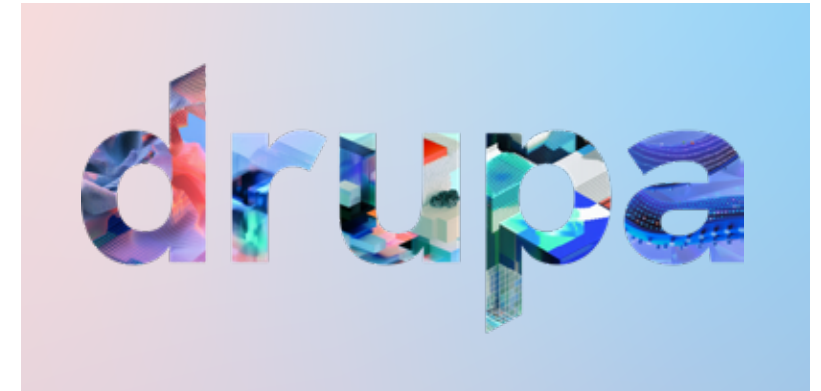


drupa2028_drupa_Bilder-Schriftzug



drupa2028_join-the-extraordinary_Bilder-Schriftzug

Anwendung



07 Bildsprache

Hintergrund & Tentakel

Die Hintergrundgrafik und die freigestellten Tentakel stehen als separate Gestaltungselemente zur Verfügung. Die Tentakel dürfen ausschließlich auf den definierten Hintergrundverläufen eingesetzt werden.

In Adobe InDesign ist für die Tentakel der Ebenenmodus „Hartes Licht“ mit einer Deckkraft von 80 % zu verwenden.

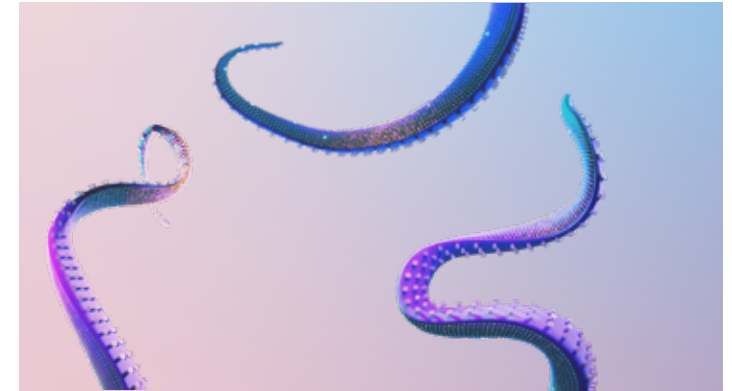
Dateitypen:

cmyk.tif

rgb.jpg/png



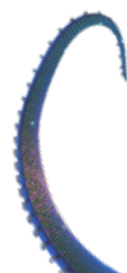
drupa_BG_12000px



Anwendung Tentakel



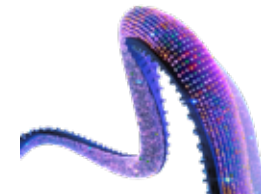
drupa_TentakelL01



drupa_TentakelL02



drupa_TentakelL03



drupa_TentakelL04

Wichtig!!

Die Tentakel dürfen nicht verändert oder verlängert werden.

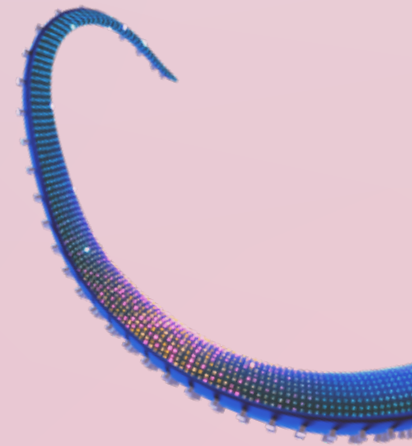
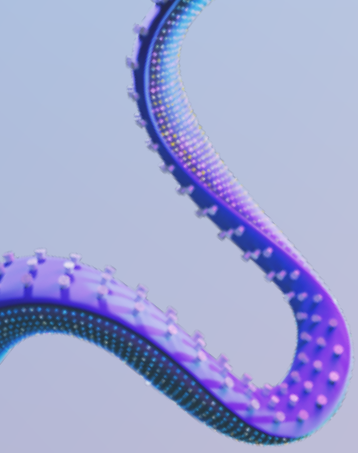
07 Bildsprache

Fotografie

Die Bildsprache verbindet Technologie, Innovation und das Erlebnis der drupa zu einem hochwertigen, zukunftsgerichteten Markenauftritt. Im Fokus stehen Menschen, Messeszenen, intelligente Technologien, immersive Räume und inszenierte Anwendungen, die die Innovationskraft der Branche sichtbar machen.

Ausdrucksstarke Lichtstimmungen greifen die Markenfarbwelt auf und schaffen so gemeinsam mit dem Keyvisual eine konsistente visuelle Identität. Die Bildwelt wirkt dynamisch, visionär und erlebnisorientiert und sorgt medienübergreifend für einen hohen Wiedererkennungswert.



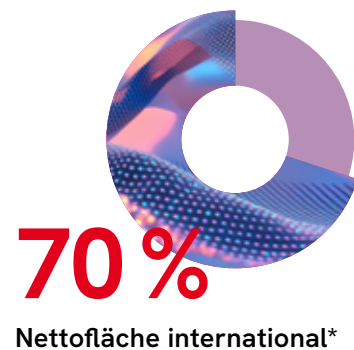
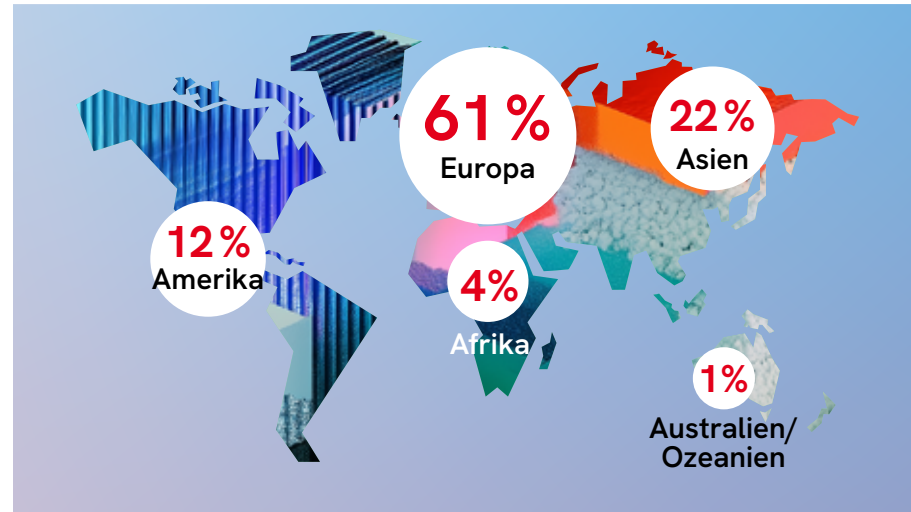


08 Grafiken

08 Grafiken

Diagramme

Diagramme und Infografiken werden im definierten Gestaltungsstil der drupa 2028 umgesetzt. Zahlen und Kennwerte werden grundsätzlich in drupa-Rot dargestellt. Grafische Elemente werden mit den definierten Kreativvisuals und der Farbwelt der Marke gestaltet.



08 Grafiken

Icons

Die drupa-Icons unterliegen einem strengen Gestaltungsraster, das von den schrägen Winkeln im drupa Logo inspiriert ist.

Dateitypen:

cmyk.eps

rgb.jpg

rgb.svg



Besucher



Aussteller



Welt



Entscheider



Investition



Messevorbereitung



Services für Aussteller



Standplanung



Programmübersicht



Streaming/Videos



Ticketshop



FAQ



Hallenplan



cube/touchpoints



Sonderforen



Blog



Kontakt/Team



Newsletter



Mauszeiger



Diagramm



Anreise



YouTube



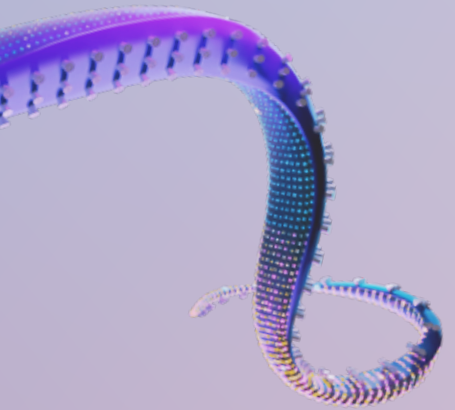
Facebook



LinkedIn



Website



09 Beispiele

09 Beispiele

Imagekampagne Plakat

Das Imageplakat zeigt die korrekte Anordnung des Kampagnenmotivs mit Datum, Ort und URL/Hashtag.



Imageplakat



weitere Motive in Vorbereitung

09 Beispiele

Ausstellerkampagne Packaging-Motiv

Für die interpack 2026 wurden zwei Packaging-Motive mit Störer (Ausstellernmeldung) realisiert.

Dafür wurde eine eigene Kampagnen-Headline entwickelt.



09 Beispiele

Roll-up Großfläche

Das Datum kann sowohl auf der roten Fläche (mit Farbverlauf) als auch rechts über dem drupa Schriftzug (siehe Spannbanner) platziert werden.



Roll-up



Spannbanner

09 Beispiele

Ausstellerbroschüre

Die Ausstellerbroschüre vermittelt das strategische Konzept der drupa 2028 und präsentiert die zentralen Inhalte der Veranstaltung.

Im Fokus stehen die neue Ausrichtung der Messe mit den Erlebnisclustern grow, create, learn und play, die zukunftsorientierten Produktkategorien sowie die Positionierung der drupa als weltweit führende Plattform für Print- und Packaging-Production-Lösungen.

Ergänzt wird dies durch Informationen zu Zielgruppen, Marktreichweite und den Mehrwerten für Ausstellende.

Die Broschüre wurde gedruckt und mit innovativer, nachhaltiger Kaltfolie veredelt. Ergänzend steht eine interaktive digitale Version zur Verfügung.



09 Beispiele

Imagetrailer

Der Imagetrailer transportiert die Markenstory der drupa 2028 und vermittelt die zentrale Markenidee emotional und eindrucksvoll. Er führt das Keyvisual ein, erzählt die Geschichte des Oktopus als Sinnbild der Marke und macht das neue kollaborative Messekonzept mit den vier Erlebnisclustern grow, create, learn und play erlebbar. Gleichzeitig weckt er Neugier auf die drupa 2028 und ihre neue Positionierung.

Im ersten Teil steht der Oktopus im Mittelpunkt. Hochwertige Makroaufnahmen zeigen seine faszinierende Ästhetik und Intelligenz, während ein emotionales Voice-over die Verbindung zwischen den Eigenschaften des Oktopus und den Werten der drupa herstellt.

Der zweite Teil visualisiert die Erlebniscluster grow, create, learn und play. Sie stehen für die vielfältigen Themen, Zielgruppen und Erlebnisse der drupa und vermitteln das neue Messekonzept auf emotionale und inspirierende Weise.

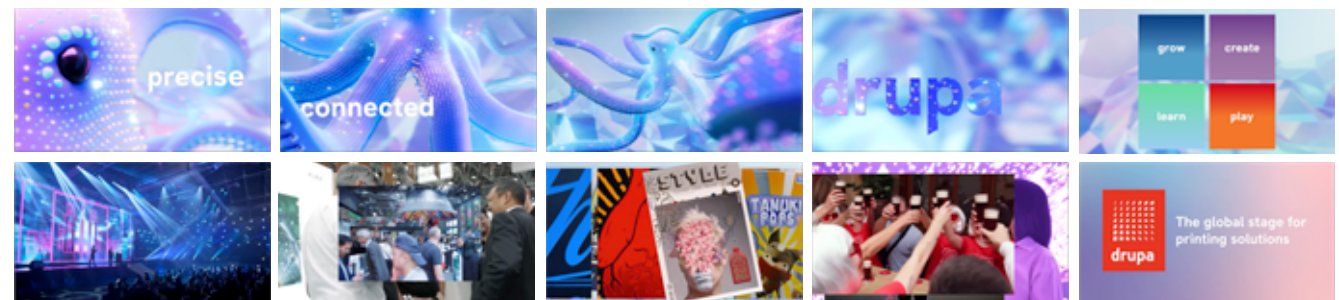
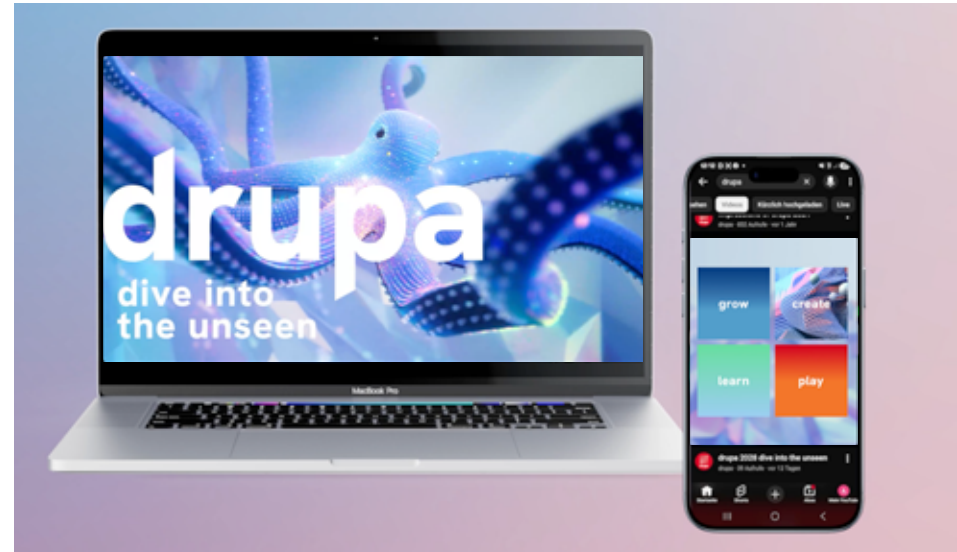
Das Keyvisual, die charakteristischen Vignetten und die definierte Farbwelt bilden die gestalterische Grundlage des Trailers und sorgen für einen konsistenten, unverwechselbaren Markenauftritt über alle Kommunikationskanäle hinweg.

Die Bildsprache ist dynamisch, hochwertig und modern. Schnelle Schnitte, fließende Kamerabewegungen und ein positiver, zeitgemäßer Soundtrack erzeugen Energie, Spannung und Vorfreude und unterstreichen den Innovationsanspruch der Marke drupa.

Adaptionen

Für den Einsatz in unterschiedlichen Kanälen – vom Messe-Screen bis Social Media – wurde ein Imagetrailer in 16:9 produziert, aus dem verschiedene Cut-Downs und Cut-Outs in den Formaten 4:5 und 9:16 generiert wurden.

Imagetrailer anschauen: → [Link](#)



09 Beispiele

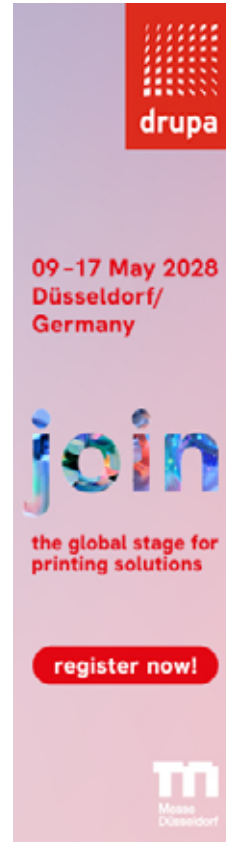
Online-Banner Image

Für die digitale Kommunikation wurden Online-Banner in den gängigen Standardformaten entwickelt und für unterschiedliche Platzierungen optimiert, darunter Skyscraper, Medium Rectangle, Half Page Ad und Leaderboard.

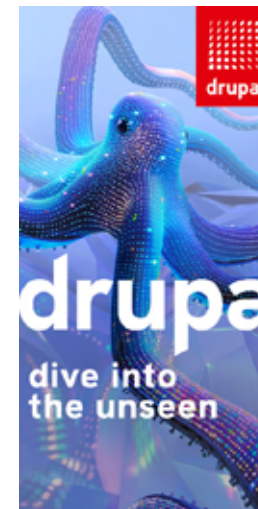
Die Animationen folgen einem zweistufigen Aufbau: In der ersten Phase steht die Markenbotschaft im Fokus, in der zweiten Phase werden das Veranstaltungsdatum sowie Call-to-Action und Button mit Weiterleitung integriert.



Skyscraper 160 x 600 px



Leaderboard 728 x 90 px



Half page 300 x 600 px



Medium rectangle 300 x 250 px

09 Beispiele

Online-Ads Ausstellerakquise

Für die gezielte Ansprache potenzieller Ausstellender wurde eine eigenständige Online-Ad-Kampagne entwickelt.

Die erste Phase der Banner stellt die Kernthemen Druckmaschinen- und Systeme, Entscheider, Robotics & AI sowie Packaging Production mit aktivierenden Headlines in den Mittelpunkt. Im Hintergrund kommen die Kreativvisuals zum Einsatz - sowohl statisch als auch animiert.

In der zweiten Phase folgen das Veranstaltungsdatum sowie ein klarer Call-to-Action zur Ausstellieranmeldung.

Druckmaschinen- und Systeme



Skyscraper 160 x 600 px

Entscheider



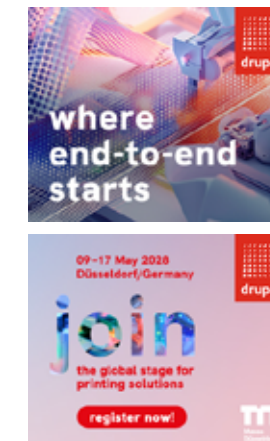
Leaderboard 728 x 90 px

Packaging



Half page 300 x 600 px

AI & Robotics

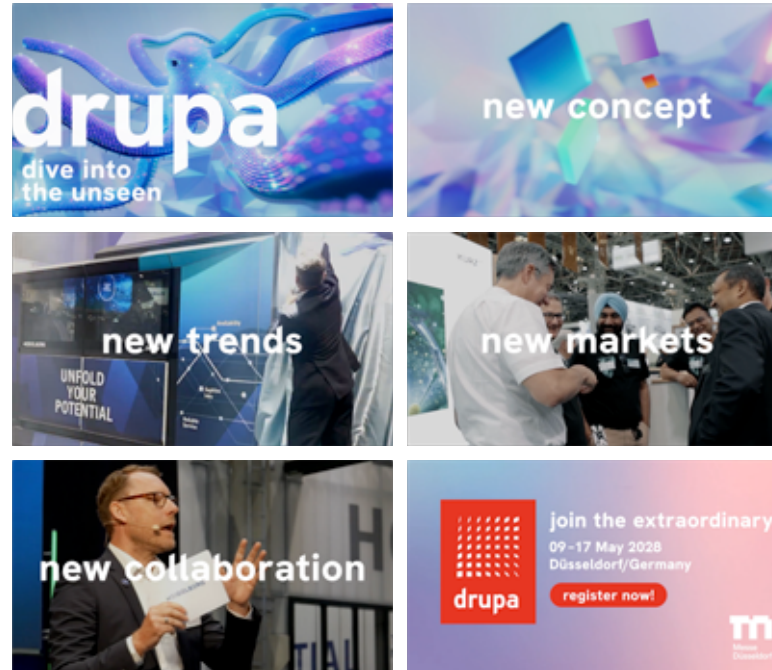


Medium rectangle 300 x 250 px

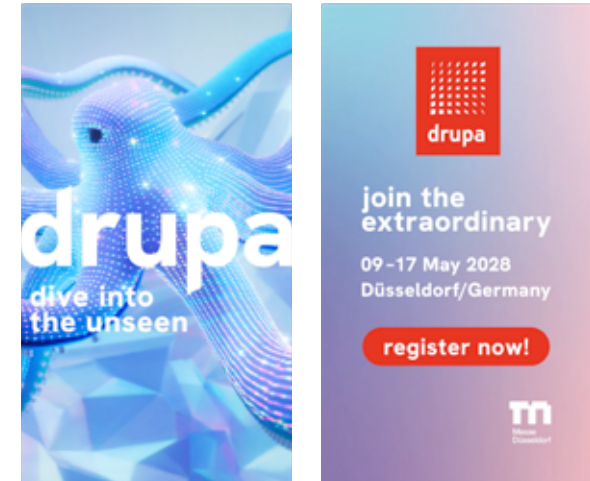
09 Beispiele

Video-Ads Ausstelleraquise

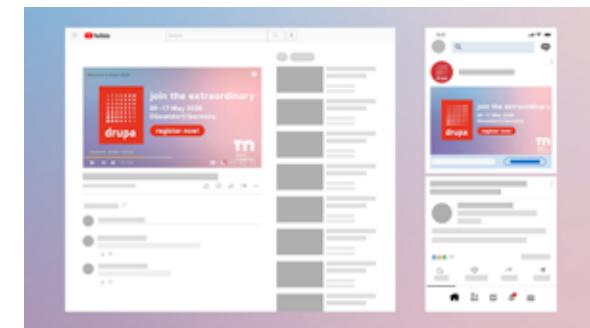
Zusätzlich zu den Online-Bannern wurden Video-Ads in den Längen 6 und 15 Sekunden und in den Formaten 16:9 und 9:16 produziert.



Video-Ad 16:9, 15 Sek.



Video-Ad 9:16, 6 Sek.



09 Beispiele

Header drupa-Website



Website Header Desktop 945 x 191 px



Website Header Tablet 768 x 275 px

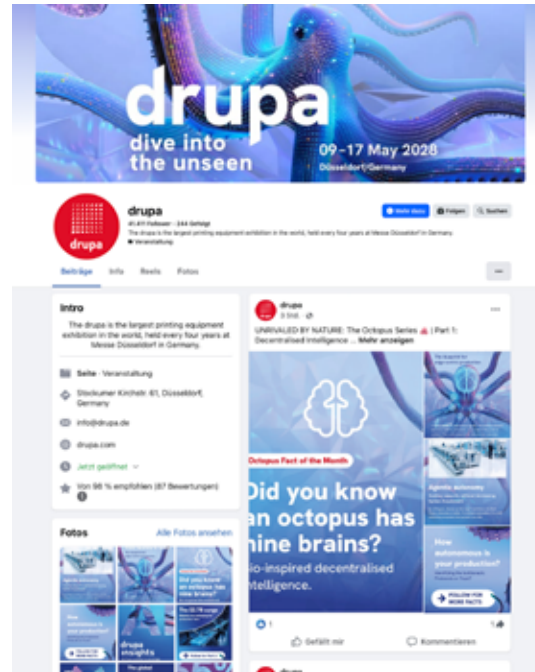


Website Header Mobile 608 x 218 px

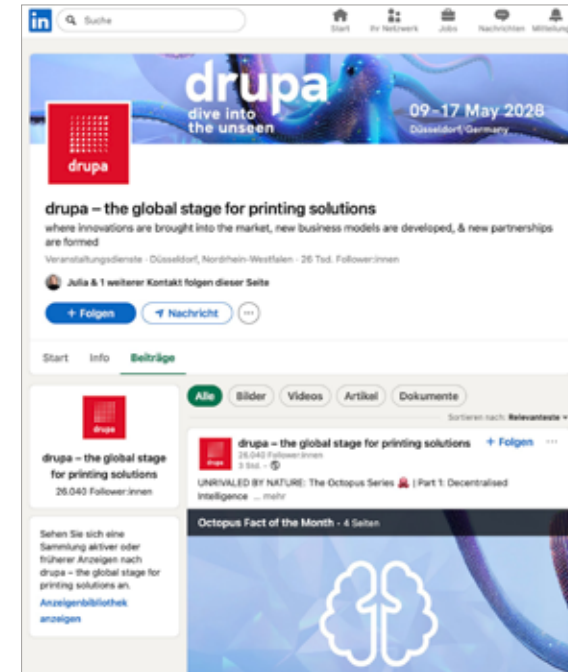


09 Beispiele

Social Media Header



Facebook Desktop



LinkedIn Desktop



LinkedIn Mobile

09 Beispiele

drupa insights

drupa insights ist eine neue Premium-Plattform für exklusives Branchenwissen und Zukunftstrends. Sie bietet fortlaufende Einblicke in internationale Studien, Reports und Marktanalysen.

Das Erscheinungsbild von drupa insights orientiert sich an der Markenwelt der drupa. Logo, Farbwelt und Visual schaffen eine eigenständige Wiedererkennbarkeit innerhalb der Marke.

Dateitypen:

Keyvisual
cmyk.tif
rgb.jpg

Logo
cmyk.eps
rgb.svg
rgb.png
rgb.jpg

drupa insights

drupa_insights_Logo

drupa rot

CMYK 0 | 100 | 100 | 0
RGB 227 | 6 | 19
HEX #e30613
Pantone 1795C/HKS 14

drupa aqua

CMYK 33 | 0 | 16 | 0
RGB 181 | 230 | 227
HEX #b5e6e3
Pantone 290C

drupa rosa

CMYK 23 | 57 | 0 | 0
RGB 201 | 133 | 184
HEX #c985b8
Pantone 251C

drupa violett

CMYK 64 | 66 | 0 | 0
RGB 117 | 98 | 168
HEX #7562a8
Pantone 2101 C

drupa blau

CMYK 68 | 16 | 0 | 0
RGB 64 | 171 | 227
HEX #40abe3
Pantone 279C

drupa insights blau

CMYK 70 | 47 | 0 | 0
RGB 90 | 126 | 191
HEX #5a7ebf
Pantone 2130 C



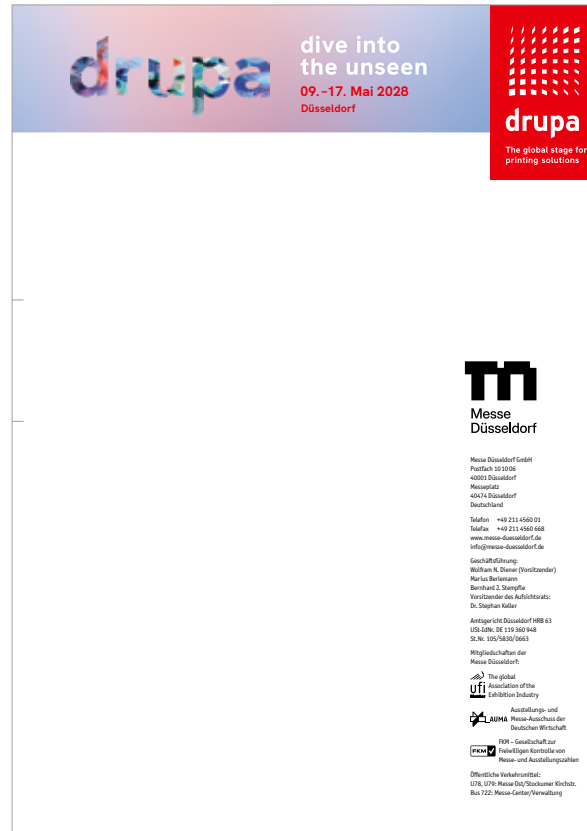
drupa_insights_Visual



09 Beispiele

Geschäftsausstattung

Für die Rückseite der Visitenkarten der drupa 2028 stehen verschiedene Motive zur Auswahl.



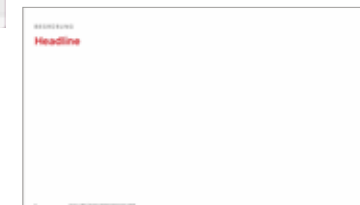
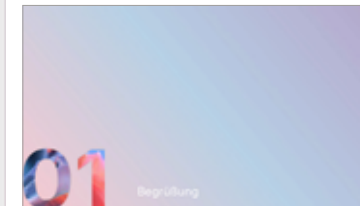
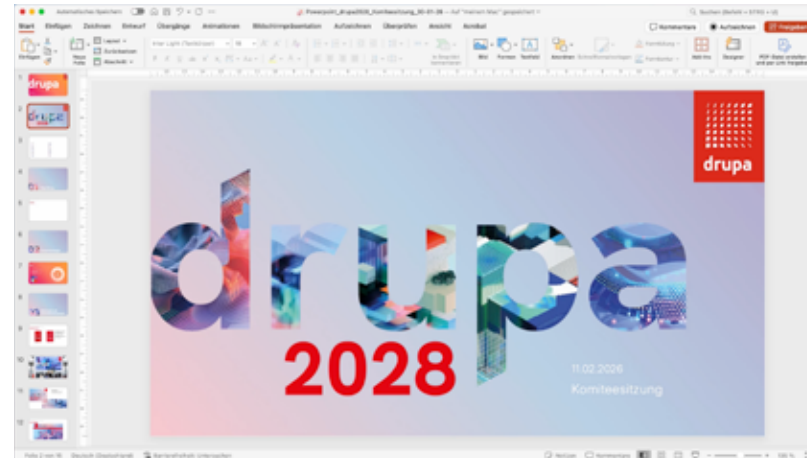
Briefbogen

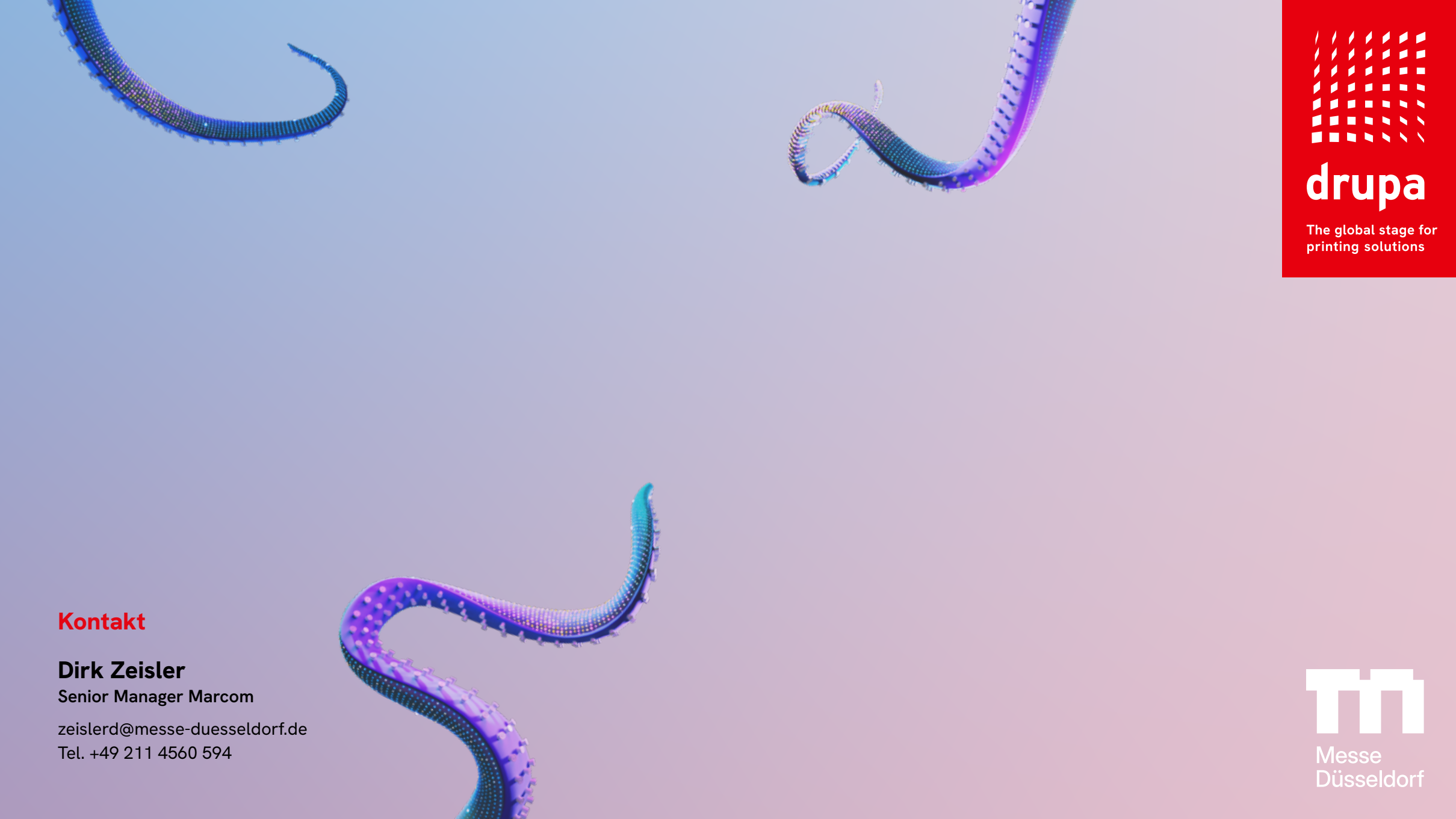


Visitenkarten

09 Beispiele

PowerPoint Master





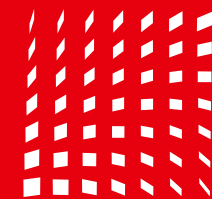
Kontakt

Dirk Zeisler

Senior Manager Marcom

zeislerd@messe-duesseldorf.de

Tel. +49 211 4560 594



drupa

The global stage for
printing solutions



Messe
Düsseldorf