

# PRESSE-INFORMATION PRESS INFORMATION

viscom 2016, Internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation  
Mittwoch, 2. bis Freitag, 4. November 2016, Messegelände Frankfurt



4. November 2016

## Abschlussbericht

### viscom überzeugt mit Innovation, Inspiration und Information

**Neue Kunden, neue Aufträge: Es sind ganz neue Erfolgsgeschichten wie die von Tobias Kuttner, die auf der viscom 2016 geschrieben werden. Der 46jährige Berliner stellt hochwertige, druckveredelte Verpackungen her – und die kommen richtig gut an. Zum Kundenstamm der Firma „paper addicts“, die erst seit 2014 am Markt ist, zählen inzwischen Automobilgrößen wie BMW und Volkswagen. Auf der viscom kamen Aufträge und Anfragen aus der Lebensmittelindustrie, dem Verlagsgeschäft und von Schweizer Schmuckmanufakturen dazu.**

So wie Tobias Kuttner geht es vielen der insgesamt 307 Aussteller (Vorveranstaltung 325) aus 29 Nationen, die zur Jubiläumsveranstaltung nach Frankfurt kamen. Die vor 30 Jahren als Treffpunkt für Werbetechnik, Lichtwerbung und Textilveredelung gegründete Messe hat sich im Zuge der technologischen Entwicklung im Digitaldruck und der digitalen Revolution in der visuellen Kommunikation zu einer Veranstaltung entwickelt, die unter dem Motto „we connect“ beide Welten zusammenbringt. Mit insgesamt 9.184 Fachbesuchern blieb die viscom jedoch aufgrund des starken Messejahres mit der alle vier Jahre stattfindenden drupa unter dem Niveau der Vorveranstaltung (10.064).

Insgesamt kamen Fachbesucher aus 71 Nationen zur diesjährigen viscom. Außer den westeuropäischen Kernländern waren speziell Besucher aus Osteuropa und Skandinavien gut vertreten. Doch auch außereuropäische Kunden – speziell aus den USA, Japan und dem arabischen Raum – waren mit einem Anteil von fast zehn Prozent der Auslandsbesucher überdurchschnittlich repräsentiert. Dass sich die Anreise selbst aus Südafrika lohnt, unterstreicht Ignace van Goethem, Managing Director, Geneva AD Display Systems: „Die viscom besticht vor allem durch technische Innovationen. An erster Stelle stehen für mich dieses Jahr die Maschinen-Neuheiten aus den Bereichen Laser Cutting und Textildruck.“

Doch inzwischen wird die viscom auch im Bereich Interior Design immer interessanter, wie Sylvana Albayrak von Procédés Chénel aus Frankreich betont: „Wir hatten viele Werbe- und Kommunikationsagenturen, Shopfitter, Dekorateur und Designer am Stand. Dabei kamen einige Besucher mit ganz konkreten Projekten auf uns zu und wir sind in der Planung für die Deckengestaltung in zwei Shops.“

„Egal ob digital gedrucktes Großformat, textiler Werbebanner, Display am POS, hochwertig druckveredelte Verpackung oder virtuell in Szene gesetzte Produktpräsentation – die viscom bringt die Werbepaxis und die Welt der visuellen Markenkommunikation unter einem Dach eindrucksvoll zusammen“, so viscom-Director Petra Lassahn, die seit 2006 die internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation leitet. Technische Innovationen im Digitaldruck, kreative Inspirationen und die Informationsvermittlung in Wissensformaten und Workshops stehen dabei im Vordergrund.

Eine Form der Markttransparenz, die bei Fachbesuchern auf sehr gute Resonanz trifft, wie Sheldon S. Nazaré vom RING Grafischer Fachhändler in Köln betont: „Als Repräsentant der Druckindustrie, einschließlich des Digital- und 3D-Drucks, ist die viscom für mich die Networking-Plattform. Ich muss nicht die ganze Welt bereisen, sondern kann alle für mich wichtigen Ansprechpartner auf der Messe unter einem Dach treffen.“ Ein Vorteil, den nicht nur Sheldon S. Nazaré nutzte.

Groß war die Investitionsbereitschaft vieler Unternehmen. Das zeigen die Ergebnisse der repräsentativen Besucherbefragung, die von einem unabhängigen Marktforschungsunternehmen repräsentativ erhoben werden. Demnach kam die Hälfte aller Besucher mit konkreten Investitionsabsichten zur viscom. 30 Prozent davon mit einem Investitionsvolumen von mehr als 50.000 Euro, fast 15 Prozent mit einem Budget von über 200.000 Euro.

Impulsgeber für erfrischend neue Ideen – dafür steht die viscom wie keine zweite Messe in Europa, wie Besucher immer wieder betonen: „Die Inspirationen, die wir von der viscom mitnehmen, sind für uns wichtig, um unsere Kunden gut beraten zu können“, so beispielsweise Daniela Dulitz von der Werbeagentur Schipper Productions.

Hotspot dessen war erneut die viscom world of inspiration, die Innovationen und Best-Practices aus allen Segmenten präsentierte. Die Sonderfläche bot Unternehmen die zusätzliche Möglichkeit, Technologien, Produkte oder Dienstleistungen, von Verfahren über Materialien sowie Design bis hin zum finalen Produkt, eingebettet in die gesamte Prozesskette, zu zeigen. Mit Matchmaking-Events, dem designers' treff und Lunch & Learns war das Areal der Ort für Networking und Wissensvermittlung. Insgesamt 96 Vorträge gaben einen Einblick in die Trends der Branche.

Auf ebenso große Resonanz stieß die Sonderschaufläche SUPERSTAR, auf der die mehr als 80 „Klassenbesten“ zu sehen waren, die für den diesjährigen SUPERSTAR nominiert waren.

**Die kommende viscom findet 2017 in Düsseldorf statt.**

Ausführliche Informationen zu den Award-Gewinnern und druckfähiges Bildmaterial finden Sie unter [www.viscom-messe.com](http://www.viscom-messe.com)

Die Besucher-, Aussteller- und Flächenzahlen der viscom frankfurt werden nach den einheitlichen Definitionen der FKM – Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen ermittelt und zertifiziert.