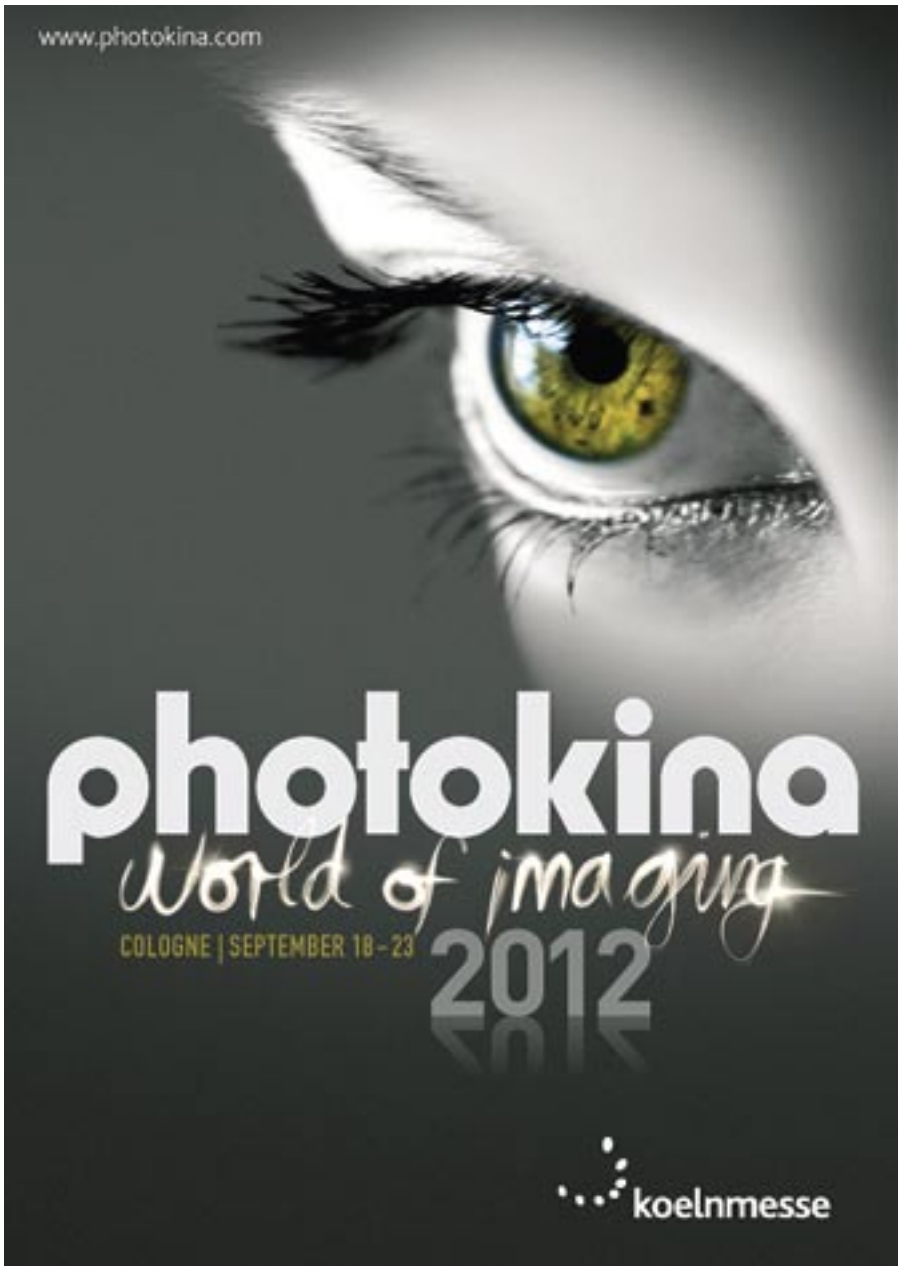


photokina meldet

Die Tren

Auch im Jahr 2012 trägt die photokina ihren Untertitel „World of Imaging" zu Recht: Bereits jetzt sind 90 Prozent der geplanten Ausstellungsfläche verkauft. Das gaben die Organisatoren, Koelnmesse und Photoindustrie-Verband, auf einer Pressekonferenz bekannt. Neben den Produkten und Dienstleistungen der internationalen Hersteller wird ein umfassendes Rahmenprogramm die neuesten Trends aufzeigen, zu denen die Verantwortlichen vor allem Mobile Imaging, Netzwerkfähigkeit und Filmen mit Fotokameras zählen. Auch für den Fachhandel gibt es wieder umfangreiche Angebote.

„So früh wie noch nie haben sich nahezu alle großen Imaging-Unternehmen zur photokina angemeldet", erklärte Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse GmbH. „Dieses überaus positive Zwischenergebnis bestärkt uns in der Überzeugung, dass wir zur photokina 2012 stabile Ausstellerzahlen erreichen werden. Wir rechnen mit rund 1.200 Anbietern aus ca. 40 Ländern. Mit Blick auf die Besucherzahlen ist es unser festes Ziel, das Ergebnis der Vorveranstaltung mindestens wieder zu erreichen und im Idealfall zu übertreffen."

Der gesamte Imaging-Workflow

Auch in diesem Jahr wird sich die Struktur des Angebotes wieder am Imaging-Workflow orientieren: Die Angebotsbereiche Bildaufnahme, Geräte, Zubehör und Bildspeicherung finden sich in den Hallen 2, 3, 4.2, 5 und 9. Dabei werden in Halle 9 vor allem Produkte und Dienstleistungen für professionelle Fotografen gezeigt. In der direkt gegenüberliegenden Halle 6 konzentriert sich unter dem Thema „Image Output und Services" alles rund um Bilddienstleistungen. Das Thema Bildbearbeitung wird seinen Schwerpunkt in der Halle 4.1 haben. „Damit präsentiert die photokina 2012 einmal mehr das gesamte Spektrum des globalen Imaging-Marktes", betonte Böse. „Sie ist und bleibt die weltweit einzige Veranstaltung, die

Copyright by imaging+foto-contact 6/2012

hervorragenden Anmeldestand

DS DER IMAGING-WELT

alle Bildmedien, Bildtechniken und Bildmärkte umfassend und in ihrer ganzen Vielfalt darstellt – für Professionals und Consumer. Denn im Gegensatz zu anderen Veranstaltungen, die besucherseitig nur ganz bestimmte Zielgruppen ansprechen, richtet sich die photokina mit ihrem Angebot an alle Zielgruppen, vom Handel über den Imaging-Profi bis zum Endverbraucher."

Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse GmbH: „Wir rechnen mit rund 1.200 Anbietern aus ca. 40 Ländern."

Aktuelle Imaging-Trends

Wie in den Vorjahren spiegelt die photokina 2012 in ihrem Rahmenprogramm und mit Präsentationen auf Sonderflächen die neuesten Trends in der Welt des Imaging wider. Zu den wichtigsten Themen dieses Jahres sollen das Filmen mit Fotokameras und das Fotografieren mit Smartphones gehören. Diesen Segmenten sind zwei große Sonderflächen gewidmet.

In der Halle 4.1 stehen unter der Überschrift „shoot movie" Profi-Anwender im Mittelpunkt, für die das Filmen mit DSLRs und/oder Systemkameras immer interessanter wird. Denn bereits jetzt halten neun Prozent der Profifotografen die Movie-Funktion ihrer Kamera für unverzichtbar. Über 50 Prozent finden sie sinnvoll, und für drei Viertel ist sie relevant. Mit einem multimedialen Informationsangebot soll auf der Sonderfläche der kommerzielle und kreative Nutzen der DSLR-Videofunktionen dargestellt werden. Dabei wird ein auf die Bedürfnisse von Imaging-Profis zugeschnittenes Bühnenprogramm aus Diskussionen, Vorträgen und Workshops auch die Frage thematisieren, was Profis leisten können und müssen, um Kunden zu gewinnen. „Bislang steht das Thema DSLR-Movie bei klassischen Broadcast-Veranstaltungen nicht im Mittelpunkt", erklärte Böse. „Deshalb wollen wir einen Know-how-Transfer für die professionelle Kamera rund um die DSLR-Technologie schaffen."

„Mobile Imaging", das Fotografieren und die Bildkommunikation mit Mobil-

Auf der Pressekonferenz stellten sich (v. l.) Christian Müller-Rieker (Geschäftsführer Photoindustrie-Verband), Christoph Thomas (Vorsitzender Photoindustrie-Verband), Gerald Böse (Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse) und Markus Oster (Geschäftsbereichsleiter Messemanagement der Koelnmesse) den Fragen der Journalisten.

Copyright by imaging+foto-contact 6/2012

Angebote für den Fachhandel

Auch für den Fachhandel bereitet die photokina in diesem Jahr wieder umfangreiche Angebote vor. Dazu gehören Informationsveranstaltungen, die internationale Buyers Lounge und günstige Reiseangebote.

Bereits eine Woche vor Messestart werden hochrangige Vertreter der Industrie die Zukunft der Branche diskutieren. Die Ergebnisse dieser Runde werden am ersten Messetag im offiziellen photokina Daily veröffentlicht und dienen als Grundlage für eine weitere Podiumsdiskussion: Am ersten Messetag geht es bei einem Experten-Panel um die Zukunft des Foto- und Imaging-Fachhandels. Als Teilnehmer sind unter anderem Vertreter von Ringfoto und Amazon eingeladen. Die Ergebnisse dieser Diskussionsrunde können am zweiten Messetag in der offiziellen Messezeitung nachgelesen werden.

Aktuelle Marktinformationen bieten wieder die von GfK Marketing-Services und der Prophoto GmbH veranstalteten Market Briefings. Hier werden Basis- und Hintergrunddaten sowie detaillierte Markt- und Produktgruppenstudien über verschiedene Wirtschaftsräume (West-/Osteuropa, Südostasien und die USA) präsentiert.

Eine exklusive Anlaufstelle für Fachhändler wird wieder die International Buyers Lounge im Nordeingang sein. Sie bietet mit Infopaketen, Besprechungsräumen, Dolmetscher-Service und einer Ruhezone gute Voraussetzungen, um den Messetag vorzubereiten. Während der photokina findet der Fachhandel hier ständig aktualisierte Informationen, kann mit Unterstützung durch das Messeteam Termine koordinieren und sich Gesprächspartner vermitteln lassen. Die International Buyers Lounge ist ausschließlich für den Fachhandel zugänglich und täglich von 9.00 bis 19.00 Uhr geöffnet. Die Registrierung ist sowohl vor Ort als auch vorab über das Internet möglich.

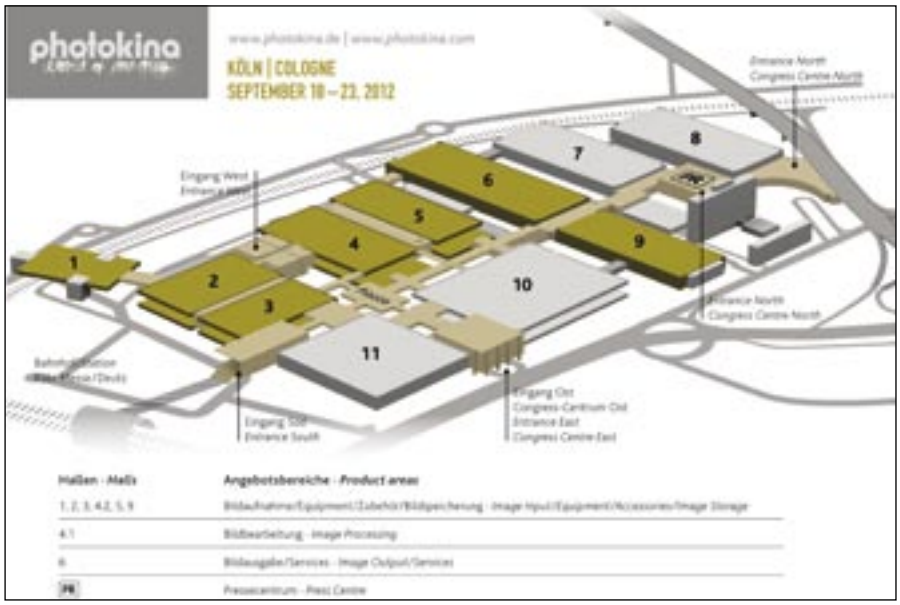
Für den Fachhandel bietet die photokina auch ein umfassendes Reiseangebot zu günstigen Konditionen an. So können ab sofort Flugverbindungen mit der Lufthansa aus über 250 Städten in 100 Ländern nach Köln, Düsseldorf oder Frankfurt online gebucht werden. Auf www.lufthansa.com/event-buchung werden für den Reisezeitraum 11. bis 30. September 2012 nach Eingabe des Zugangscodes „DEZUYG" automatisch Preisnachlässe verrechnet oder attraktive Angebote angezeigt. Für Bahnreisende bietet die Koelnmesse in Kooperation mit der Deutschen Bahn bundesweit Fahrscheine zum Bahnhof Köln Messe/Deutz zu Sonderpreisen ab 99 Euro an. Die Buchungen können ab Verfügbarkeit online über die Seite der photokina oder telefonisch über die Veranstaltungshotline der Deutschen Bahn GmbH (01805/311153) unter dem Kennwort „photokina" vorgenommen werden.

telefonen und Smartphones, ist das Thema einer großen Sonderfläche in der Halle 5.2. Experten schätzen, dass im Jahr 2012 weltweit rund 700 Millionen Smartphones verkauft werden; in Europa gehört bereits jedes dritte Mobiltelefon zu dieser Kategorie. Und die Fotofunktionen der mobilen Begleiter werden auch genutzt: In den USA stieg der Anteil von Bildern, die mit Smartphones aufgenommen werden, im Jahr 2011 von 17 auf 27 Prozent. Auf der Aktionsfläche werden sich Hersteller von Smartphones ebenso präsentieren wie Entwickler von Foto-Apps und Netzanbieter. Mit dem Smartphone-Hersteller HTC wurde ein namhaftes Unternehmen als Partner für die inhaltliche Gestaltung der Mobile Imaging Aktionsfläche auf der photokina gewonnen.

Der Trend zum Netz

Passend zum Segment Mobile Imaging wird die photokina auch den weltweiten Erfolg sozialer Netzwerke wie Facebook, Twitter und Co. thematisieren. Damit setzen die Veranstalter die bereits 2010 begonnene Strategie fort, Communities, Foto-Clubs und Mitglieder sozialer Netzwerke in die weltweite Leitmesse für Imaging-Technologien einzubinden. In diesem Jahr wird der Bereich „photokina communities" inhaltlich weiterentwickelt. Anbieter und Dienstleister in diesem Segment sollen die Gelegenheit bekommen, in einen direkten Dialog mit den Anwendern einzutreten, die täglich Netzwerke nutzen, um millionenfach Fotos und Videos auszutauschen, zu präsentieren und zu diskutieren.

Copyright by imaging+foto-contact 6/2012



Auch in diesem Jahr werden sich die Angebotsbereiche wieder am Imaging-Workflow orientieren.

Bilder im Fokus

Auch in diesem Jahr soll das Endprodukt aller Imaging-Technologien, das Foto, auf der photokina nicht zu kurz kommen. So werden Bilder bekannter Fotografen in hochkarätigen Ausstellungen präsentiert. Dabei kehrt Uwe Ommer, der bereits auf der photokina 2000 großformatige Fotos von Familien aus aller Welt präsentierte, mit seinem neuesten Projekt nach Köln zurück. Die Ausstellung „Teens & Families" steht unter der Schirmherrschaft der Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Dr. Kristina Schröder. Gezeigt werden 57 großformatige Fotografien von Familien aus Europa.

Unter der Überschrift „Ikiru" (Wir überleben) organisiert die Japan Professional Photographers Society (JPS) in Köln eine beeindruckende Ausstellung von Fotos, die im Laufe des Jahres nach der Erdbeben- und Tsunami-Katastrophe gemacht wurden. Die Bilder zeigen, wie die Menschen in Japan ihre Ängste überwinden und versuchen, ihr tägliches Leben wieder zu meistern.

Unternehmen, die einen internationalen Profi-Fotowettbewerb veranstalten, können 2012 die besten Bilder auf dem Boulevard of Competitions auf der photokina präsentieren.

Zur Premiere dieser neuen Aktivität werden die besten Bilder der Hasselblad Masters, des Canon Profifoto Förderpreises und des Sony World Photography Awards 2012 auf dem Nord-Boulevard gezeigt.

Der Leica-Auftritt

Ein besonderes Highlight auf der diesjährigen photokina wird der neue Auftritt der Leica Camera AG sein: Der Traditionshersteller präsentiert sich in der gesamten Halle 1, in der bislang die „Visual Gallery" angesiedelt war. Hier werden nicht nur die aktuellen Leica Produkte aus den Bereichen Foto und Sportoptik gezeigt, sondern auch hochkarätige Ausstellungen international bekannter Fotografen. Abgerundet wird die spektakuläre Leica Präsentation durch eine Ausstellung von historischen Kameras und Exponaten.

„Ich bin überzeugt, dass sich die photokina 2012 wieder als die international wichtigste Trend- und Ordermesse präsentieren und ihrem Ruf als globale Leitmesse der Branche voll und ganz gerecht werden wird", resümierte Böse. „Wir werden eine photokina erleben, die ihre Besucher begeistert und mitreißt, die eine einzigartige Trend- und Innovationsplattform sein und die Faszination des Bildes so einzigartig erlebbar machen wird wie keine zweite Veranstaltung auf der Welt."

Im Rahmen des Projekts „Living Picture" wird die Megalab Bildkommunikation AG auf der photokina eine Wohnung aus Fotos des Fotografen Uli Kreifels aufbauen.

Copyright by imaging+foto-contact 6/2012

Christoph Thomas, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes

„Ein Muss für jeden"

Als Mitveranstalter der photokina erwartet der Photoindustrie-Verband auch in diesem Jahr wichtige Absatzimpulse von der World of Imaging. imaging+foto-contact hat mit dem Verbandsvorsitzenden Christoph Thomas über seine Sicht der weltweiten Leitmesse gesprochen.

Christoph Thomas, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes: „Auch in diesem Jahr erwarten wir auf der photokina wieder ein Feuerwerk von Innovationen."

imaging+foto-contact: *Herr Thomas, wie stellt sich der Imaging-Markt aus der Perspektive des Photoindustrie-Verbandes dar?*

Christoph Thomas: Die Digitalisierung hat den Fotomarkt spektakulär vergrößert: Durch die steigende Nachfrage nach Kameras, Kamerahandys, Smartphones und Camcordern sind weltweit derzeit über 4,4 Milliarden Aufnahmegeräte in Gebrauch, in Europa sind es knapp eine Milliarde. Für 2012 erwarten wir weiteres Wachstum, denn Analysten prognostizieren einen 50-prozentigen weltweiten Zuwachs allein bei Smartphones.

imaging+foto-contact: *Erwarten Sie dadurch nicht negative Einflüsse auf den Kameramarkt?*

Christoph Thomas: Dafür haben wir keine Anhaltspunkte. Im Gegenteil: In den letzten zehn Jahren ist der Kameramarkt rasant gewachsen. 2011 wurden weltweit 140 Millionen Digitalkameras verkauft – der leichte Rückgang von drei Prozent ist in erster Linie auf die Naturkatastrophen und die damit verbundenen Lieferengpässe sowie verzögerten Neuheiten-Einführungen zurückzuführen. Für 2012 erwarten wir bei zurückhaltender Prognose weltweit einen Absatz von 143 Millionen Kameras. In Deutschland überschreitet der Kameramarkt seit 2004 jährlich die Marke von 8 Millionen Stück – 2011 waren es 8,6 Millionen. Damit kaufte fast jeder zehnte Bundesbürger eine neue Kamera. Besonders erfreulich ist dabei die nochmals gestiegene Nachfrage nach Spiegelreflex- und kompakten Systemkameras. Auch in diesem Jahr erwarten wir hier weiteres Wachstum. Vor zehn Jahren wurden in Deutschland 280.000 analoge Spiegelreflexkameras verkauft – heute liegen wir bei einer Million Digitalkameras mit Wechseloptik. Das ist ein grandioses Ergebnis.

imaging+foto-contact: *Gilt das auch für die Wertschöpfung?*

Christoph Thomas: Das gilt sogar besonders für die Wertschöpfung: Der Durchschnittspreis pro Kamera war 2011 in Deutschland dreimal so hoch wie 1981 und lag bei über 200 Euro. Auch bei den Objektiven sind die Durchschnittspreise deutlich gestiegen, und das bei rasant wachsender Absatzmenge: 2011 wurden 1,6 Millionen Objektive mit einem Durchschnittspreis von 297 Euro verkauft – vor zehn Jahren waren es 381.000 mit einem Durchschnittspreis von 275 Euro.

imaging+foto-contact: *Der Rückgang bei den Kompaktkameras macht Ihnen keine Sorgen?*

Christoph Thomas: Nein, denn er wurde im Wesentlichen durch die viel höherwertigen Systemkameras kompensiert. Zudem gibt es auch neue Marktsegmente: 2011 wurden 30.000 ActionCams verkauft. In diesem Jahr erwarten wir hier einen Absatz von 150.000 Stück.

imaging+foto-contact: *Welche Einflüsse sehen Sie durch die wachsende Popularität von Fotohandys und Smartphones?*

Christoph Thomas: Diese Produkte bereichern die Foto- und Imagingbranche, denn sie tragen maßgeblich dazu bei, dass die Zahl

Copyright by imaging+foto-contact 6/2012

Der Photoindustrie-Verband rechnet auch in diesem Jahr mit einem praktisch stabilen Kameramarkt. Für leichte Rückgänge im Kompaktsegment wird ein Ausgleich durch die viel werthaltigeren kompakten Systemkameras erwartet.

der Aufnahmegeräte ins Unermessliche steigt. Damit steigt auch die Nutzung von Bildern. In den besten Zeiten der analogen Fotografie sprachen wir von 120 Klicks in der Sekunde in Deutschland. Vor sechs Jahren waren es 500 Klicks in der Sekunde, und heute gehen wir von mindestens 2.000 Fotos aus, die jede Sekunde allein in Deutschland geschossen werden. Das hat dazu geführt, dass heute Bilder das Kommunikationsmittel Nummer eins in unserer Gesellschaft sind. Ohne die technologische Innovationskraft unserer Branche würden YouTube, flickr und Facebook mit Sicherheit nicht so im Fokus stehen. Es spricht für sich selbst, dass Facebook für Instagram, einen Fotodienst mit 30 Millionen Nutzern, eine Milliarde Dollar bezahlt hat.

imaging+foto-contact: *Erwarten Sie denn von den vielen Bildern in sozialen Netzwerken auch Umsatzimpulse für die Fotobranche?*

Christoph Thomas: Allein auf Facebook wurden 2011 in jeder Woche 1,75 Milliarden Fotos hochgeladen. 3 Milliarden Videos werden täglich über YouTube aufgerufen. Wir sind umgeben von Bildern und Videos, und zwar nicht nur im Internet. Immer mehr Bilder schmücken Fotobücher, Alben und die eigenen vier Wände. Das wird auch ein wichtiges Thema der photokina sein. Im Rahmen des Projekts „Living Picture" zeigt zum Beispiel die Megalab Bildkommunikation AG eine reale Wohnung, die aus Fotos des Fotografen Uli Kreifels gebaut wird. Hier werden Bilder in Wände, Decken und Fußböden, ja sogar in Möbel und Gebrauchsobjektive integriert. Das ist ein Programmpunkt, den sich kein photokina Besucher entgehen lassen sollte. Das gilt auch für das breite Angebot der Bilddienstleister, die zahlreiche wertschöpfungsstarke neue Bildprodukte zeigen werden.

imaging+foto-contact: *Welche Erwartungen haben Sie unter diesen Voraussetzungen an die photokina 2012?*

Christoph Thomas: Es gibt weltweit keine bedeutendere Veranstaltung, die so wichtige Impulse für unsere Industrie setzt. Auch in diesem Jahr erwarten wir auf der photokina wieder ein Feuerwerk von Innovationen. Bereits in den ersten vier Monaten haben wir in Deutschland rund 300 Produktneuheiten registriert, darunter etliche, die Zubehör zur Erweiterung der Fotofunktionen von Smartphones zum Thema hatten. Das hohe Innovationstempo hat aber auch dazu geführt, dass viele der neuen Möglichkeiten noch nicht auf breiter Basis bekannt sind. So wird die Imagingbranche derzeit mit vielen Themen wie beispielsweise der Cloud noch gar nicht in Verbindung gebracht. Dabei sind es gerade unsere Technologien, die Themen wie Mobile Imaging erst möglich machen und für die hohen Wachstumsraten im Bereich von Smartphones und Tablets sorgen. Genau deshalb ist die photokina so wichtig, weil sie die Leistungen unserer Branche in der ganzen Welt bekannt macht. Die Macht des Bildes ist größer denn je, und die photokina ist ein Muss für jeden, der mit Foto und Imaging zu tun hat.

imaging+foto-contact: *Herr Thomas, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.*

Copyright by imaging+foto-contact 6/2012