

Nr. 25 / mde / September 2016, Köln

Schlussbericht

photokina 2016: Aufbruch in neue Dimensionen

Imagingbranche beweist in Köln Dynamik und Innovationskraft

191.000 begeisterte Besucher, zufriedene Aussteller: Die photokina, Weltleitmesse für Foto, Video und Imaging, ist am Sonntag nach einer sehr erfolgreichen Woche in Köln zu Ende gegangen. 983 Aussteller aus 42 Ländern überzeugten Fachpublikum und Privatbesucher mit einer Vielzahl an Produktneuheiten aus allen Bereichen des Imaging-Workflows. Das neue Konzept der Messe unter dem Dach „Imaging Unlimited“ kam dabei in allen Bereichen voll zum Tragen: Deutlich mehr junge Besucher fanden den Weg in die Kölner Messehallen und brachten neben Neugier und Interesse für alle Aspekte des Imaging auch die Zeit mit, sich intensiv mit neuen Technologien und Services auseinanderzusetzen. Dabei wurde auf der photokina so viel fotografiert, gefilmt und geteilt wie nie zuvor. Fast 34.000 Tweets mit dem Hashtag photokina gingen allein in der Messewoche um die Welt. Der gesellschaftliche Megatrend des Bildes als Universal-Sprache setzt sich fort. Als übergreifender Trend auf der photokina ließ sich eine Fokussierung auf den „Decisive Moment“, also den entscheidenden, einzigartigen Augenblick, feststellen.

„Wir haben die Anpassung des Konzeptes der photokina nicht aus Selbstzweck vorgenommen, sondern um der Imagingbranche auch in der Zukunft eine starke Business-Plattform zu bieten. Die Erschließung neuer Zielgruppen ist dafür unabdingbar - wir freuen uns sehr, dass dieses Konzept aufgegangen ist“, so Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse.

Auch die Branche zeigte sich zufrieden nach sechs Tagen intensiver Gespräche mit Händlern, Verbrauchern und Industrievertretern. „Die photokina 2016 hat die Dynamik und Innovationskraft der Imagingbranche unterstrichen. Sie war für alle Beteiligten ein besonderes Erlebnis, aus dem die Industrie gestärkt hervorgeht. Auch der Handel nimmt wichtige Impulse für die nächsten Monate mit“, blickt Rainer Führes, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes, positiv auf die Veranstaltung zurück.

Der Erfolg des neuen Konzeptes bildet sich in den Zahlen ab: Der Anteil der Besucher unter 30 Jahre stieg um rund ein Fünftel an. Rund 40 Prozent der Privatbesucher gab an, 2016 zum ersten Mal auf der photokina zu sein. Die Zahl der Fachbesucher blieb auf stabilem Niveau.

In vielerlei Hinsicht war die photokina 2016 unter dem Dach „Imaging Unlimited“ ein Aufbruch in neue Dimensionen. „Mit dem neuen Konzept wollten wir - zusätzlich zu unseren Kernzielgruppen - noch mehr junge Leute dazu anregen, sich tiefergehend



photokina
IMAGING UNLIMITED

photokina
20.09.-25.09.2016
www.photokina.de

Ihr Kontakt bei Rückfragen:

Judith Mader

Telefon

+49 221 821-2486

Telefax

+49 221 821-3544

E-Mail

j.mader

@koelnmesse.de

Koelnmesse GmbH

Messeplatz 1

50679 Köln

Postfach 21 07 60

50532 Köln

Deutschland

Telefon +49 221 821-0

Telefax +49 221 821-2574

info@koelnmesse.de

www.koelnmesse.de

Geschäftsführung:

Gerald Böse (Vorsitzender)

Katharina C. Hamma

Herbert Manner

Vorsitzende des Aufsichtsrats

Oberbürgermeisterin

Henriette Reker

Sitz der Gesellschaft und

Gerichtsstand: Köln

Amtsgericht Köln, HRB 952

mit den Themen Foto, Video und Imaging zu beschäftigen“, erläutert Katharina C. Hamma, Geschäftsführerin der Koelnmesse, die Beweggründe für die Neugestaltung der photokina. „Dafür haben wir die photokina weg von einer reinen Produktschau hin zu einem Multi-Media-Event entwickelt, bei dem die Bildkommunikation im Vordergrund steht. Dass diese Idee sowohl bei den Besuchern als auch den Ausstellern gezündet hat, haben wir in den vergangenen Tagen deutlich gespürt.“

Als übergreifender Trend der photokina 2016 war die Konzentration auf den „Decisive Moment“, also den einen, entscheidenden, einzigartigen Augenblick, festzustellen. Der technologische Fortschritt revolutioniert die Momentfotografie. Verbraucher besinnen sich verstärkt zurück auf das eine Motiv oder den einen Moment, der stellvertretend für ein Erlebnis gedruckt oder in besonderer Form aufbereitet wird. Der Boom der Sofortbild-Kameras ist nur ein Zeichen für diesen Trend. Die Nachfrage nach individuellen Output-Lösungen steigt ebenfalls. So zeigte die photokina beispielsweise den hochwertigen Druck auf unterschiedlichen Materialien. Neue Texturen, Formate und kreative Impulse für Fotobücher und Scrapbooks bedienen gleichzeitig den „Do-it-yourself“-Trend und die Liebe zum Bild. Bei der Produktion wird dabei zunehmend auf Nachhaltigkeit gesetzt.

Auf individuelle Bedürfnisse von professionellen Anwendern wie auch ambitionierten Hobbyfotografen gehen die auf der photokina 2016 neu vorgestellten Kameras und Objektive ein. Ob 4K/6K-Foto-Funktion, austauschbare Sucher, flexibel einsetzbare Kamerasysteme oder sofort editierbare Aufnahmen im RAW-Format: Fotografen erhalten heute maximale Unterstützung bei der Erfassung des „Decisive Moment“. Kamera- und Objektivhersteller setzen neben der Verfeinerung der Technologie weiterhin auf Ästhetik: Der Trend zum puristischen Design bei maximaler Leistung setzt sich fort. Das Premium-Kompaktkamerassegment bewegt sich im semiprofessionellen Bereich zunehmend auf Augenhöhe mit System- und Spiegelreflexkameras - unter anderem neue Sensoren machen es möglich.

Die photokina bot auch Filmern ein großes Angebot an Lösungen für die Aufnahme und Bearbeitung von Bewegtbild - für den Profibereich ebenso wie für Videoeinsteiger. Noch individueller und diversifizierter stellt sich das Imaging dar, wenn es um Actionfotografie, 360 Grad-Aufnahmen oder Multicopter geht. Das zeigte sich in unterschiedlichen Bauweisen und Technologien der zahlreich vorgestellten neuen Produkte ebenso wie an der riesigen Bandbreite an Zubehör und zusätzlichen Funktionen. Das Erlebnis steht hierbei im Vordergrund: Das Gefühl mittendrin zu sein in diesem einzigartigen Moment, anstatt nur Betrachter zu sein. Virtual und Augmented Reality Technologien machen dies besser möglich denn je zuvor, wovon sich die Besucher an vielen Ausstellerständen überzeugen konnten.

Smarte und vernetzte Lösungen spielten auf der photokina 2016 eine große Rolle. Das zeigte sich nicht nur in den Kooperationen namhafter Kamerahersteller mit Smartphone-Herstellern beiameratechnik und Aufsatzobjektiven. Ob als externer Auslöser oder Bildschirm, zur Steuerung von Drohnen, bei der Bildbearbeitung oder

als Sharing-Tool: Smartphones und Tablets entwickeln sich zu einem zentralen Faktor in allen Bereichen des Imaging-Workflows. Dafür gibt es eine große Bandbreite intelligenter Apps, die unter anderem auch das Archivieren und Präsentieren erleichtern.

Seite
3/4

Die neuen Angebote auf der photokina, die das Motto „Imaging Unlimited“ erlebbar machen sollten, wurden von den Besuchern sehr gut angenommen. So war der neu eingerichtete RENTAL POINT für Kameras und Equipment über die gesamte Messelaufzeit voll ausgelastet.

In zahlreichen Bilderausstellungen kam auch der künstlerische Aspekt der Fotografie zum Tragen. Mit der Ausstellung „Masters of Photography“ zeigte Leica als offizieller Fotografie-Partner eine herausragende Bildersammlung in Halle 1.

Die (Bild-) Kommunikation über die photokina stieß ebenfalls in neue Dimensionen vor: Laut Statistik wurden in der Messewoche im Zusammenhang mit der photokina weltweit rund 15.000 Bilder in öffentlich zugänglichen Bereichen des Social Web hochgeladen und fast 1.500 Videos geteilt.

Insgesamt hat die photokina 2016 eindrucksvoll unter Beweis gestellt, dass die Imaging-Technologie und die Liebe zum Bild in allen Alters- und Zielgruppen völlig neue Dimensionen annehmen.

Die photokina 2016 in Zahlen:

An der photokina 2016 beteiligten sich 983 Unternehmen aus 42 Ländern, davon 69% aus dem Ausland. Darunter befanden sich 211 Aussteller und 97 zusätzlich vertretene Firmen aus Deutschland sowie 460 Aussteller und 215 zusätzlich vertretene Unternehmen aus dem Ausland. Schätzungen für den letzten Messetag einbezogen, kamen zur photokina 2016 rund 191.000 Besucher aus 133 Ländern.

Die nächste photokina findet von
Mittwoch, 26. September bis Samstag, 29. September 2018 statt.

Ihr Kontakt bei Rückfragen:

Judith Mader
Kommunikationsmanagerin

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1
50679 Köln
Deutschland
Telefon: +49 221 821-2486
Telefax: +49 221 821-3544
j.mader@koelnmesse.de
www.koelnmesse.de

Anmerkung für die Redaktion:

Fotomaterial der photokina finden Sie in unserer Bilddatenbank im Internet unter www.photokina.de im Bereich „Presse“.

Presseinformationen finden Sie unter www.photokina.de/Presseinformation

Bei Abdruck Belegexemplar erbeten.

Seite

4/4

photokina bei Facebook:

<https://www.facebook.com/photokina>