

Pressemitteilung

Nr. 43 / Köln, 23. September 2012

Schlussbericht

Branchenleitmesse photokina präsentiert sich internationaler denn je

Messe bestätigt Position als international wichtigster Innovations- und Handelsplatz der Foto- und Imagingbranche – rund 185.000 Besucher aus aller Welt kamen zur photokina 2012 – deutliche Steigerung der Internationalität – Köln zentraler Treffpunkt der globalen Foto- und Imagingbranche

Mit einem sehr guten Ergebnis ist am Sonntag (23. September 2012) die 32. photokina zu Ende gegangen. Mit rund 185.000 Besuchern aus 166 Ländern verzeichnete die Weltleitmesse der Foto- und Imagingbranche einen Besucherzuwachs im Vergleich zu 2010 (181.464 Besucher). Der Anteil der Fachbesucher lag bei 48,8 Prozent, davon kamen 42,5 Prozent aus dem Ausland – eine deutliche Steigerung zu 2010 (+7,5 Prozent). Vor allem bei Fachhändlern und Imagingprofis aus Asien (16 Prozent), Nordamerika (26 Prozent) und Osteuropa (40 Prozent) verzeichnete die photokina ein eindeutiges Plus. „Die nochmals deutlich gestiegene Internationalität sowie die starke Ordertätigkeit des Handels unterstreichen die Bedeutung der photokina als internationaler Top-Handelsplatz der Branche“, so das Fazit von Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse GmbH.

Auch Christoph Thomas, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes, Mitveranstalter der World of Imaging, hob die internationale Bedeutung der photokina 2012 als Order- und Networkingplattform für die Foto- und Imagingindustrie hervor und lobte die Innovationskraft der Branche: „Die Unternehmen haben in diesem Jahr ein wahres Neuheitenfeuerwerk gezündet und ihre enorme Innovationskraft, aber auch den Facettenreichtum der Branche von der Aufnahme bis zur Bildausgabe nachhaltig unter Beweis gestellt. Außerdem ist es der photokina 2012 einmal mehr gelungen, die Zukunft der Foto- und Imagingbranche aufzuzeigen. Eines der zentralen Themen ist dabei das zunehmende Zusammenwachsen von Digital Imaging und modernen Bildkommunikationstechnologien.“

Besonders die neu platzierten Trendthemen Mobile Imaging, Connectivity und das Filmen mit Kameras stießen auf große Resonanz bei Ausstellern wie Besuchern. „Die photokina hat sich damit als wichtiger Impulsgeber für die Branche präsentiert und durch die Erweiterung ihres Spektrums hin zur



photokina
World of Imaging
18. – 23.09.2012
in Köln

www.photokina.de
www.facebook.de/photokina

Ihr Kontakt bei Rückfragen:
Michael Steiner
Telefon
+ 49 221 821-3094
Telefax
+ 49 221 821-3446
E-Mail
m.steiner@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 Marner

Vorsitzender des Aufsichtsrates:
Oberbürgermeister
Jürgen Roters

Sitz der Gesellschaft und
Gerichtsstand: Köln
Amtsgericht Köln, HRB 952

modernen Bildkommunikation ihre Trendsetter-Funktion erneut eindrucksvoll unter Beweis gestellt“, so Katharina C. Hamma, Geschäftsführerin der Koelnmesse GmbH.

Seite
2/4

Dank reger Ordertätigkeit sorgten die Fachbesucher aus aller Welt für volle Auftragsbücher und beste Stimmung bei den Ausstellern. Andreas Wahlich, Senior Manager Marketing Digital Imaging bei Samsung, war mit dem Messeverlauf ausgesprochen zufrieden: „Die starke Besucherfrequenz am Stand und die für uns sehr zufriedenstellenden Auftragseingänge zeigen deutlich, dass die photokina 2012 für uns erfolgreich war.“ Über eine hohe Kundenfrequenz aus dem In- und Ausland freute sich ebenfalls Ralf Hansen, General Manager Communication bei Panasonic Deutschland. Er geht nach dem Messeverlauf von einem sehr positiven Jahresendgeschäft für Panasonic aus. Sein Fazit: „Die photokina hat sich also einmal mehr als die internationale Fotomesse gezeigt. Sie war für uns überaus wichtig und erfolgreich.“ Auch Martin Winkler, Country Head Sony Deutschland, konnte „noch mehr Gäste für den Messestand begeistern als vor zwei Jahren“ und freute sich „über eine rundum gelungene Messe“. Jürgen Schmitz, Country Director Consumer Imaging Group, Canon Deutschland GmbH, freute sich am letzten Messetag schon auf die kommende photokina: „Diese Messe hat mal wieder eindrucksvoll bewiesen, dass das Interesse der Verbraucher nach hochwertigen und innovativen Produkten ungebrochen ist. Wir sind sehr zufrieden mit der Reaktion des Handels und freuen uns schon darauf, in zwei Jahren wieder zu Gast sein zu dürfen.“

Bemerkenswert war auch die Entscheidungskompetenz des Fachpublikums: Ersten Ergebnissen einer unabhängigen Befragung zufolge sind rund zwei Drittel (65 Prozent) ausschlaggebend oder mitentscheidend an Einkaufs- und Beschaffungsentscheidungen beteiligt. Darüber freute sich auch Fredrik Franzén, PR & Media Coordinator, Profoto AB, Schweden: „Wir konnten an allen Tagen ein qualitativ sehr hochwertiges Fachpublikum – verstärkt auch aus Osteuropa - an unserem Stand begrüßen. Auf der photokina erreichen wir perfekt alle unsere wichtigen ‚High-Level-Kunden‘. Das ist der Grund, warum die photokina so wichtig für uns ist.“

So zufrieden Hersteller und Handel mit der Besucherresonanz waren, so überzeugt war das Fachpublikum von der photokina 2012: 87 Prozent waren mit dem Ausstellungsangebot der photokina zufrieden oder sehr zufrieden. Entsprechend positiv bewerteten die Fachbesucher die Erreichung ihrer

Besuchsziele: Rund 84 Prozent äußerten sich zufrieden oder sehr zufrieden;
93 Prozent würden die Veranstaltung einem guten Geschäftsfreund empfehlen.

Seite
3/4

Von der Branche sehr gut angenommen wurde die Erweiterung des Angebotsportfolios der photokina 2012 um Produkte und Dienstleistungen der modernen Bildkommunikation wie Mobile Imaging und Connectivity. Die Branche präsentierte zahlreiche neue Kameras mit aktuellster Imagingtechnologie, die Fotos drahtlos in soziale Netzwerke senden und sich durch Apps erweitern lassen. Viele Aussteller griffen diesen Trend auf und zeigten speziell auf dieses Segment abgestimmte Produkte und Anwendungen. Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG, nutzte die photokina zum Austausch mit Handelspartnern und Konsumenten: „Deshalb haben wir unsere Innovationen, das Video im Fotobuch und alle Fotoanwendungen auf Smartphones und Tablet PC, unter dem Motto ‚CeWe goes mobile‘ hier auch erstmals der Öffentlichkeit gezeigt.“ Die photokina präsentierte auf einer Sonderfläche die verschiedenen Aspekte des Mobile Imaging. Hersteller von Smartphones stellten hier ihr Portfolio ebenso vor wie Netzanbieter und App-Hersteller. Für Martin Kang, Head of Marketing DACH beim Smartphone Hersteller HTC, war die photokina-Premiere seines Unternehmens ein voller Erfolg: „Wir freuen uns über das großartige Interesse seitens der Presse, den Fachbesuchern als auch der fotobegeisterten Community der photokina 2012.“

Erfolgreich verlief auch die Premiere des „shoot movie Parks“, einem speziellen Angebot für den Imagingprofi. Hier drehte sich alles um das professionelle Filmen mit DSLR- und Systemkameras. 28 Unternehmen – darunter die als Premiumpartner auftretenden Firmen Canon und Zeiss – stellten ihre Produkte und Dienstleistungen für diesen speziellen Angebotsbereich dem internationalen Publikum vor. Für Martin Dominicus, Leiter Marketing Camera Lens Division der Carl Zeiss AG, hat sich dieses Engagement ausgezahlt. Er lobte die hohe Besucherqualität und freute sich über die Möglichkeit der zielgerichteten Ansprache der Fachbesucher. Entsprechend positiv fiel sein Urteil aus: „Die Messe hat in diesem Jahr wieder bewiesen, dass auch neue Themen im Markt wie HD Video und Mobile Imaging sinnvoll in die Messe integriert werden können. Wir sind seit der ersten photokina dabei und auch diesmal sind wir sehr zufrieden mit dem Ergebnis der Messe. Wir freuen uns schon jetzt auf 2014 und werden definitiv wieder dabei sein“.

Auf großen Zuspruch stießen auch Angebote des vielfältigen Eventprogramms. Für die Profis stand der Informationsaustausch über aktuelle Branchentrends, Marktentwicklungen und Businessmodelle im Vordergrund. Anfassen, ausprobieren und erleben war das Motto der Angebote für den Privatanwender. In zahlreichen hochkarätigen Fotoausstellungen spannte die photokina 2012 wieder einen Bogen von Fotodokumentationen und Fotodesign bis hin zum Fotojournalismus und der Fotokunst. Viel gelobt wurde vor allem das Engagement der Leica Camera AG, die in Halle 1 Aufnahmen international bekannter Fotografen präsentierte und Fotokunst für Besucher der photokina zu einem eindrucksvollen Erlebnis machte.

Seite
4/4

Mit der Aktion „photokina: köln fotografiert!“, die in diesem Jahr bereits zum dritten Mal stattfand, hatten die photokina-Veranstalter das Thema Fotografie schon seit Anfang September über die Grenzen des Messegeländes hinaus erfolgreich in der Stadt implementiert. „köln fotografiert!“ stand unter der Schirmherrschaft des Kölner Oberbürgermeisters Jürgen Roters und bündelte eine Vielzahl von Einzelveranstaltungen, darunter Fotoworkshops, Shootings, Ausstellungen und Events. Nahezu alle in Kooperation mit Kölner Unternehmen und Institutionen durchgeführten Angebote waren sehr gut besucht oder sogar ausgebucht.

Die photokina 2012 in Zahlen:

An der photokina 2012 beteiligten sich 1.158 Unternehmen aus 41 Ländern, davon 63 % aus dem Ausland. Darunter befanden sich 280 Aussteller und 140 zusätzlich vertretene Firmen aus Deutschland sowie 523 Aussteller und 215 zusätzlich vertretende Unternehmen aus dem Ausland. Schätzungen für den letzten Messetag einbezogen, kamen zur photokina 2012 rund 185.000 Besucher aus 166 Ländern.

Die nächste photokina Köln - World of Imaging - findet von Dienstag, 16. September bis Sonntag, 21. September 2014, statt.

Digitaler Presse-Service

Den Schlussbericht, weitere Presstexte, Pressefächer der Aussteller, eine Übersicht über die Neuheiten sowie eine Bilddatenbank mit Fotomaterial und Logo finden Sie im Internet (<http://www.photokina.de>) im Bereich Presse.

Bei Abdruck Belegexemplar erbeten.