

Nr. 29 / Köln, 21. September 2014

photokina 2014 – 16. – 21. September 2014

## photokina 2014: Messe mit Signalwirkung

Position als international wichtigster Innovations- und Handelsplatz der Imagingbranche deutlich unterstrichen – Erneut kamen rund 185.000 Besucher aus aller Welt zur photokina nach Köln – Aussteller loben hohe Internationalität

**Mit einem sehr guten Ergebnis ist am Sonntag (21. September 2014) die 33. photokina zu Ende gegangen. Rund 185.000 Besucher aus über 160 Ländern erlebten eine Messe, die sich so jung und frisch präsentierte wie selten zuvor. Action- und Lifestyle-Cams, Wearables, Multikopter und professionelles Filmequipment ergänzten das vielfältige Angebotsspektrum der Foto- und Imagingindustrie und zeigten: Fotografieren und Filmen liegt voll im Trend. Das internationale (Fach-)Publikum nutzte intensiv die Gelegenheit, neue Angebote auszuprobieren und sich mit anderen Foto-Enthusiasten auszutauschen. Auch die Aussteller waren über den Messeverlauf hoch erfreut und lobten vor allem die hohe Internationalität der Fachbesucher. Ihr Anteil am Besucheraufkommen lag bei 47,7 Prozent, davon kamen 44,3 Prozent aus dem Ausland. Wachstum gab es insbesondere bei der Zahl der Besucher aus den USA, Asien und Südostasien sowie der Region Ozeanien. Dementsprechend zufrieden war Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse GmbH: „Köln ist für die Foto- und Imagingindustrie der ‚place to be‘. Hier stellt die Branche die Weichen für das Business der Zukunft.“**

Von der photokina 2014 werde eine große Signalwirkung ausgehen, so die einhellige Meinung an den Ständen. Katharina C. Hamma, Geschäftsführerin der Koelnmesse GmbH, betonte die Bedeutung der Messe als Trendsetter: „Die Branche profitiert jetzt davon, dass die photokina kontinuierlich Trendthemen aufgegriffen und Angebotsbereiche ausgebaut hat, um so immer die aktuelle Marktsituation abzubilden.“ Deutlich macht dies auch die Zahl der Unternehmen, die erstmals auf der Messe vertreten waren. Mit rund 180 Unternehmen lag sie so hoch wie nie. Darunter fanden sich so bekannte Firmen



photokina  
World of Imaging  
16. – 21.09.2014

[www.photokina.de](http://www.photokina.de)

Ihr Kontakt bei Rückfragen:  
Michael Steiner  
Telefon  
+ 49 221 821-3094  
Telefax  
+ 49 221 821-3544  
E- Mail  
[m.steiner@koelnmesse.de](mailto: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](mailto:info@koelnmesse.de)  
[www.koelnmesse.de](http://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



wie Google, GoPro, RED Digital und Blackmagic, aber auch junge Unternehmen wie Lytro, Helipro oder das Startup Panono.

Seite  
2/4

Für Christoph Thomas, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes, Mitveranstalter der photokina, ist der Messeverlauf eine Bestätigung für die Innovationsfreude der Branche: „Die photokina 2014 hat eindrucksvoll gezeigt, dass es heute nahezu keinen Lebensbereich mehr gibt, in dem die visuelle Information und Kommunikation nicht eine wesentliche Rolle spielt. Alle Unternehmen haben mit neuen und frischen Ideen, innovativen Produkten und faszinierenden technischen Entwicklungen gezeigt, dass die Foto- und Imagingindustrie das Ohr am Puls der Zeit hat und bestens für die Zukunft gerüstet ist.“

Die Funktion der photokina als Trendsetter für die Branche wurde auch von den ausstellenden Unternehmen hervorgehoben. Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der Neumüller CEWE Color Stiftung, äußerte sich begeistert über die Messe: „Besser hätte es nicht laufen können! Dadurch dass die photokina das Thema ‚mobile‘ schon früh in die Messe aufgenommen hat, sind unsere Botschaften und neuen Angebote bei den Besuchern – und zwar sowohl bei den Fachbesuchern aber auch im besonderen Maße beim Endverbraucher – auf fruchtbaren Boden gefallen. Das ist es, was die photokina immer ausmacht. Sie setzt Trends und treibt Themen voran. Für uns ist die photokina immer wieder ein Umsatzmotor für die kommenden Monate.“

Die hohe Fachkompetenz des internationalen Publikums und seine Aufgeschlossenheit für neue Themen sorgte auch bei den Neuausstellern für zufriedene Gesichter. Simon Westland, Sales & Marketing Director bei Blackmagic Design: „Wir sind das erste Mal auf der photokina und wir sind froh, Teil der Messe gewesen zu sein. Die photokina hat uns den Zugang zu neuen Zielgruppen ermöglicht und ist eine großartige Gelegenheit, um unsere neuen Produkte zu präsentieren.“ Ähnlich sah es auch Jim Geduldick, Marketing Manager von GoPro: „Für uns hat sich die Messe auf jeden Fall gelohnt! Die Entscheidung, unsere Produkte auf der photokina zu zeigen, hat sich als goldrichtig erwiesen. Wir haben hier für uns wichtige neue Zielgruppen ansprechen können, und das Publikum war begeistert über unseren Auftritt. Für GoPro ist die photokina genau die richtige Plattform mit einer großen internationalen Außenwirkung.“ Die weltweite Aufmerksamkeit, die die photokina auf sich zieht, nahm auch Canon zum Anlass, ihre neue

Markenkampagne der Öffentlichkeit zu präsentieren: „Wir haben nicht ohne Grund die photokina als Start unserer neuen, weltweiten Marketingkampagne gewählt. Eine größere internationale Aufmerksamkeit bekommt man nirgendwo sonst auf der Welt“, so Rainer Führes, Geschäftsführer Canon Deutschland GmbH.

Seite  
3/4

Bemerkenswert war auch die Entscheidungskompetenz der Fachbesucher: Ersten Ergebnissen einer unabhängigen Befragung zufolge sind rund zwei Drittel (65 Prozent) ausschlaggebend oder mitentscheidend an Einkaufs- und Beschaffungsentscheidungen beteiligt. Darüber freute sich auch Martin Bongard, Country Manager bei Manfrotto Distribution Deutschland: „Wir sind über den Verlauf der Messe hocherfreut. Viele kompetente Fachbesucher – verstärkt auch aus Nord- und Südamerika sowie Asien, die bei uns Gespräche geführt und – was noch wichtiger ist – auch reichlich geordert haben, lassen eigentlich nur ein Fazit zu: Für uns ist die photokina 2014 ein voller Erfolg.“

Und auch der Handel zeigte sich von der photokina begeistert: „Für den Fotofachhandel ist die photokina einfach unverzichtbar. Sie ist die ideale Order- und Informationsplattform“, so Michael Gleich, Geschäftsführer der Ringfoto GmbH & Co. Zudem könne man als Fachhändler den Endkunden beobachten und sein Interesse und seine Begeisterung für bestimmte Produkte und Dienstleistungen studieren. Gleich weiter: „Das Who-is-who der Branche ist an einem Ort versammelt, neue Trends werden vorgestellt und es gibt aktuellste Marktinformationen, die für unsere Handelspartner in der Ringfoto-Gruppe echten Mehrwert bieten – was könnte besser sein?“

### **Die photokina 2014 in Zahlen:**

An der photokina 2014 beteiligten sich 1.074 Unternehmen aus 51 Ländern, davon 68 % aus dem Ausland. Darunter befanden sich 236 Aussteller und 109 zusätzlich vertretene Firmen aus Deutschland sowie 516 Aussteller und 213 zusätzlich vertretende Unternehmen aus dem Ausland. Schätzungen für den letzten Messetag einbezogen, kamen zur photokina 2014 rund 185.000 Besucher aus über 160 Ländern.

**Die nächste photokina Köln - World of Imaging - findet von  
Dienstag, 20. September bis Sonntag, 25. September 2016 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.

Seite  
4/4

Bei Abdruck Belegexemplar oder Link zum Online-Artikel erbeten.

### **Koelnmesse GmbH**

Die Koelnmesse führt seit 90 Jahren Menschen und Märkte zusammen. 1924 startete die Erfolgsgeschichte der Kölner Messen mit der Eröffnung der ersten Veranstaltung auf dem Köln-Deutzer Gelände. Im Wirtschaftswunder der Nachkriegszeit stieg die „Rheinische Messe“ zum Welthandelsplatz auf. Heute verfügt die Koelnmesse über das fünftgrößte Messegelände der Welt und organisiert rund 75 Messen in Köln und weltweit. Im Jubiläumsjahr 2014 trägt die Koelnmesse ihre Geschichte mit zahlreichen Aktionen, mit Publikationen und Ausstellungen in die Öffentlichkeit.