

Nr. 43 / Köln, 1. Oktober 2006

Schlussbericht

## photokina 2006 begeistert die internationale Imagingwelt

### Das Top-Event des Jahres für Handel und Anwender

▫ Beeindruckender Auftritt der Branche, ausgezeichnete Stimmung zum Messeschluss ▫ Angebot und Nachfrage noch größer als 2004 ▫ 1.579 Anbieter aus 46 Ländern ▫ über 162.000 Besucher aus 153 Nationen ▫ neue Hallen und neues Konzept kommen bestens an ▫ stärkere Präsenz von Consumer Electronics, Informations- und Kommunikationstechnik ▫ lebhaftere Ordertätigkeit fürs Weihnachtsgeschäft ▫ technische Photo- und Imaginginnovationen für alle ▫ Messe erzeugt weltweites Medienecho

Es war die größte photokina aller Zeiten, und es war eine der faszinierendsten seit der ersten Kölner Photomesse anno 1950. Mit einer ereignisreichen sechstägigen Erlebnisreise hat die photokina 2006, die am 1. Oktober in Köln zu Ende ging, die „Brücke vom analogen Klick zum digitalen Doppel-Klick geschlagen“ und alle Beteiligten mitgerissen: Profis und Amateurphotographen, die Photo- und Imagingbranche, Unterhaltungselektronik, IT- und Kommunikationstechnik, Anbieter von Consumer-Produkten und Professional Imaging, Fachhandel und Medien, Photokunst und Bildermarkt. Mit 1.579 Unternehmen aus 46 Ländern und über 162.000 Besuchern aus 153 Nationen sind Angebot und Nachfrage gegenüber 2004 stabil geblieben. Für Koelnmesse-Geschäftsführer Oliver P. Kuhrt war die Messe „die pure Faszination des Bildermachens, die an jedem Tag, in jeder Halle, an jedem Stand zu spüren war. Die photokina ist einzigartig, sie ist eine Messe mit Profil. Keine andere Messe bietet dieses lückenlose Angebot rund um das Medium Bild und die Photo- und Imaging-Branche. Sie behauptet in der weltweiten digitalen Kommunikation selbstbewusst ihren Führungsanspruch.“ Entsprechend optimistisch war die Stimmung der Branche auf der Messe. Die Aussteller zeigten sich „mit der Quantität wie mit der Qualität der Besucher mehr als zufrieden“. „Die photokina“, so ein Marktführer, „hat sich als die



photokina  
World of Imaging  
26.09. - 01.10. 2006  
in Köln

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

Ihr Kontakt bei Rückfragen:  
Michael Steiner

Telefon  
+ 49 221 821-3094

Telefax  
+ 49 221 821-3446

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:  
Jochen Witt (Vorsitzender)  
Wolfgang Kranz  
Oliver P. Kuhrt  
Herbert Marner  
Dr. Gerd Weber

Vorsitzender des Aufsichtsrates:  
Oberbürgermeister  
Fritz Schramma

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

Plattform für unsere gesamte Produktpalette im Bereich Digital Imaging bewährt“.

Seite  
2/6

Davon zeigte sich auch Harald Horn, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes, überzeugt: „Die photokina hat wieder einmal unter Beweis gestellt, dass sie der Motor für weiteres Marktwachstum ist und den Aufbruch der Photo- und Imagingindustrie in neue Segmente sicher stellt. Sie hat den Anspruch ihres Leitmotivs 'Imaging is more' eindrucksvoll bestätigt. Als weltweite Branchen- und Business-Plattform ist und bleibt sie unverzichtbar.“

**Neue Hallen, neue Angebotsstruktur: „eine ganz besondere Mischung“**  
Vor allem für langjährige Besucher war vieles neu in Köln. Statt der historischen Rheinhallen sind supermoderne Hallen im Norden des Geländes entstanden, zwei neue repräsentative Eingangsbereiche empfingen die über 162.000 Besucher. Den durch die digitale Technologie deutlich veränderten Marktbedingungen entsprechend präsentierte sich die World of Imaging in neuer Struktur. Die frühere Trennung der Bereiche Consumer und Professional Imaging war aufgehoben, das Angebot orientierte sich konsequent am Weg des Bildes von der Aufnahme über Speicherung und Verarbeitung bis zur Präsentation mit dem jeweiligen Zubehör. Nach dem einstimmigen Eindruck von Ausstellern und Besuchern haben diese Veränderungen den Übergang in die digitale Ära unterstützt und erleichtert sowie zur einzigartigen Atmosphäre der photokina beigetragen. Und wie in den vergangenen Jahren hat die Symbiose aus Consumer- und Profisegment ausgezeichnet funktioniert. Der Bereich Professional Imaging profitiert vom Image fördernden öffentlichen Auftritt der Branche insgesamt, der Consumermarkt erhält seine Impulse aus der technischen Entwicklung des professionellen Equipments. „Die Atmosphäre der Messe“, so drückte es Thomas Knops, Director Marketing Europe, Multimedia für Nokia aus, „ist familiär und gleichzeitig international - eine ganz besondere Mischung“.

Sämtliche großen Marken der Imaging-Branche wie Canon, Fuji, Kodak, Leica, Nikon, Olympus, Panasonic, Pentax und Sony waren in Köln gewohnt repräsentativ vertreten. Die Newcomer der letzten Jahre aus den Consumer Electronics, der Informations- und Kommunikationstechnik, darunter Casio, Epson, Hewlett Packard, Nokia und Samsung, haben ihre Messeauftritte

deutlich vergrößert. Wichtige Erstaussteller waren beispielsweise Apple und Europas größter Photo-Finisher CeWe Color.

Seite  
3/6

**Gute Ergebnisse, hohe Internationalität, lebhafte Ordertätigkeit**

Die hohe Internationalität der Fachbesucher sorgte insgesamt für eine qualitative Steigerung, die auch von den Ausstellern hervorgehoben wurde. Der Anteil der Fachbesucher stieg auf 65 Prozent, davon kamen 40 Prozent aus dem Ausland – ebenfalls eine Steigerung im Vergleich zur letzten Veranstaltung 2004. Insgesamt wurden 153 Nationen registriert, was die internationale Leitposition der photokina bestätigt. Ersten Ergebnissen einer unabhängigen Befragung zufolge kamen 20 Prozent der Fachbesucher aus dem Handel, 80 Prozent waren professionelle Anwender. Unter den Wiederverkäufern war der Photo-Fachhandel mit knapp 50 Prozent am stärksten vertreten, gefolgt vom Elektro-Fachhandel und Elektro-Fachmärkten mit rund 15 Prozent, Warenhäusern mit 7 Prozent, Computershops und Systemhäusern sowie dem Versand- und Internethandel mit je 5 Prozent. Die Fachbesucher waren mit ihrer Leitmesse durchweg zufrieden: 95 Prozent würden den Besuch der photokina einem guten Geschäftsfreund empfehlen. Michael Gleich, Geschäftsführer Ringfoto GmbH sprach von einem hervorragenden Messerverlauf und wichtigen Impulsen für das bevorstehende Weihnachtsgeschäft. Er freute sich über „neues junges Publikum in Köln“ und eine photokina - „frischer als je zuvor“.

Die weitaus meisten Aussteller aus allen Bereichen sprachen von guten, oft sehr guten Messeergebnissen. Alle bestätigten die Qualität des Fachbesuchs und der „guten, konstruktiven Gespräche“, hoben aber auch die Kompetenz der Privatbesucher hervor. Die photokina erzeugt weltweite Resonanz: An den Ständen der international tätigen Unternehmen sprachen Kunden und Vertriebspartner aus sehr vielen Ländern, auch außerhalb Europas, vor. Es gab eine lebhafte Ordertätigkeit, Ricky L. Stewart, General Manager der Samsung Opto-Electronics GmbH, berichtete von Rekordumsätzen, die sein Unternehmen im Vergleich zu den Veranstaltungen der letzten Jahre verbuchen konnte.

**Aufnahme bis Ausgabe: Mehr Kreativität durch neue Entwicklungen**

Die gemeinsame digitale Basis aller eingesetzten Systeme und Technologien macht den gesamten Arbeitsablauf von der Aufnahme bis zur Präsentation für

Amateure wie für Profis transparenter und bietet ihnen mehr kreativen Spielraum. Dafür sorgen auch in Zukunft die vielfältigen neuen Entwicklungen, die in Köln präsentiert wurden. Dem integrierten Konzept entsprechend deckten sie die gesamte Bandbreite von Einsteigerversionen bis zu High-End-Produkten ab. Im Bereich der Aufnahme als erster Stufe des Imaging Workflows dominierte 2006 klar die digitale Spiegelreflex-Photographie. Dank immer höherer Auflösungen zu immer attraktiveren Preisen haben die Spiegelreflex-Kameras den Consumer-Bereich erobert. 10 Megapixel sind bereits Standard, neue Features sorgen für zusätzliche Attraktivität. Vor allem professionelle Fotografen schätzen die Vielzahl neuer Wechselobjektive der Spitzenklasse. Optische Bildstabilisierung und größere Displays, die inzwischen auch digitale Kompaktkameras auszeichnen, kommen allen Nutzern zugute. Handys werden immer phototauglicher und bieten bis zu 8 Megapixel Auflösung. Bei digitalen Camcordern ersetzen DVD und Festplatte nahezu durchweg die bisherigen Speichermedien. Unter der Bezeichnung SDHC steht die nächste Speicherkartengeneration mit zunächst 4-GB-Versionen in den Startlöchern. Größere Kapazitäten sind in Sicht, bereits jetzt erfreuten sich mobile Geräte zur Speicherung großer Datenmengen hoher Aufmerksamkeit.

Seite  
4/6

Die digitale Bildbearbeitung entwickelt sich weiter. Auf der photokina wurden neue Versionen speziell für Professionals und alle, die mit Rohdaten und großen Mengen digitaler Bilder arbeiten, vorgestellt. Im Bereich Präsentation zeigte die photokina 2006 das vollständige Spektrum vom Druck über Online-Präsentation und Photo-Kiosk bis zum Beamer. So war die Akzeptanz und das Interesse der Verbraucher, aber auch des Handels an Kiosklösungen sehr groß und hat die Erwartungen vieler Unternehmen sogar übertroffen. Unter den neuen Druckern im Consumer-Sektor gibt es sowohl Versionen in höchster Qualität als auch handliche Kompaktdrucker für die schnelle Ausgabe. Im Profi-Segment sorgen neue Tintentechnologien für längere Lebensdauer und bessere Farbwiedergabe von Fine-Art-Prints bis zum Großformatdruck. Neue Präsentationsformen wie das individuell gestaltete Photo-Buch oder die digitale Diashow auf hoch auflösenden TV-Bildschirmen oder via Beamer gewinnen an Marktbedeutung.

### Starke öffentliche Wirkung: die photokina als Event

Die photokina ist ein Event. Kaum eine zweite Messeveranstaltung weltweit erfreut sich eines derart großen, weltweiten Medienechos. Weit mehr als 5.500

Journalisten waren in diesem Jahr in Köln akkreditiert. Zur öffentlichen Wirkung in den aktuellen Medien wie in der Fachpresse trägt das international ausgerichtete Messe-Rahmenprogramm mit Sonderschauen, Aktionsflächen, Fachvorträgen, Workshops und Ausstellungen entscheidend bei. Als durchschlagender Erfolg erwies sich die Integration der Visual Gallery at photokina 2006 in ein einzigartiges Kreativzentrum „von Profis für Profis“. Es umfasste neben der Visual Gallery als künstlerischem Highlight noch die Bereiche „Meet the Professionals“ und „Academy meets photokina“. Die gesamte Halle 1 des Kölner Messegeländes war während der photokina die bedeutendste internationale Kommunikationsplattform, bei der das Bild selbst im Mittelpunkt stand. Die beteiligten Photographen waren über den Zuspruch der 130.000 Besucher ebenso begeistert wie die Veranstalter, die dementsprechend ein überaus positives Fazit zogen: „Was hier in der Halle 1 den Photographen als Forum zur Verfügung gestellt wurde, ist wirklich einmalig: Ein Kommunikationsforum in einem kreativen Umfeld. Ein Forum für angewandte Photographie. Und damit steht das Bild, um das sich bei der photokina letztendlich alles dreht, wieder im Mittelpunkt.“

Seite  
5/6

Auch in den Medien fand die Visual Gallery ein exzellentes Echo. Insbesondere die klare Ausstellungsarchitektur und die Auswahl der beteiligten Photographen wurden hervorgehoben. Ihr Spektrum reichte von Stars der Szene wie dem Briten Martin Parr, dem kanadischen Pop-Künstler Bryan Adams und dem Italiener Lorenzo Castore über die Newcomer Michael Schnabel und Patric Fouad, die Dokumentarphotographie von Jürgen Escher bis hin zum jungen Nachwuchs, der an Wettbewerben von BFF, Kodak und Fujifilm teilgenommen hatte.

Auf großes Interesse stieß auch die Sonderschau „lifestyle media at photokina“ mit vielen Beispielen für multimediales Wohnen und die vielfältigen Möglichkeiten der Vernetzung aktueller Informations- und Unterhaltungstechnologien in den eigenen vier Wänden. Für Aufmerksamkeit sorgten darüber hinaus - ohne Anspruch auf Vollständigkeit - das Photoshooting „Princess for one Day“ mit Starphotograph Guido Karp und die Aktionsbühnen „Lomographie“, das neue Thema „Scrapbooking“, „Jugend fotografiert“ und „fotocommunity“. Viel Beachtung fand die Aktion „Weitblick – Look and See“ mit ihrer Greifvogelschau auf der neuen Messe-Piazza. Das internationale Fachhandelszentrum mit der BVT-Business-Lounge war das

Informations- und Kontaktforum für Händler aus aller Welt. Unter den Fachveranstaltungen sind neben dem DGPh-Symposium über die Zukunftsaspekte der Photographie, die Seminare rund um „Imaging with mobile Devices“ und die traditionellen „GfK Market Briefings“ hervor zu heben.

Seite  
6/6

### Die photokina 2006 in Zahlen

An der photokina 2006 beteiligten sich 1.579 Unternehmen aus 46 Ländern; das Auslandsangebot ist damit gestiegen. Die Ausstellerzahl setzt sich wie folgt zusammen: 354 Aussteller und 196 zusätzlich vertretene Unternehmen kamen aus Deutschland, 711 Aussteller und 318 zusätzlich vertretene Unternehmen aus dem Ausland. Dies bedeutet ein leichtes Angebotswachstum im Vergleich zur Vorveranstaltung. Die Zahl der ausländischen Unternehmen stieg um 5 Prozent. Mit 230.000 m<sup>2</sup> war die belegte Bruttofläche deutlich größer als 2004; vor zwei Jahren waren 196.500 m<sup>2</sup> belegt.\*

Die nächste photokina Köln - World of Imaging - findet von Dienstag, 23. bis Sonntag, 28. September 2008, 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.

\* Alle Zahlen sind nach den Richtlinien der Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen (FKM) berechnet und unterliegen der Kontrolle durch einen Wirtschaftsprüfer ([www.fkm.de](http://www.fkm.de))

Bei Abdruck Belegexemplar erbeten