



Gelungene Premiere der Photopia Hamburg

„Vier starke Tage“

Ein wichtiger Schritt zurück in die Normalität: Vom 23. bis 26. September kamen die Imaging-Szene, Amateur- und Profifotografen, Hersteller, Dienstleister und der Fotohandel auf der Premiere der Photopia Hamburg endlich wieder live zusammen. Von den Messehallen aus strahlte das urbane Festival mit zahlreichen Events, Ausstellungen, Workshops und Fotowalks in die ganze Hansestadt aus. Die große Resonanz in den sozialen Netzwerken erzeugte dabei weltweit Aufmerksamkeit.

„Was wir hier mit Ausstellern und Besuchern erlebt haben, war wirklich ein Fest für die Augen“, resümierte Bernd Aufderheide, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hamburg Messe und Congress. „Das Konzept, ein Imaging-Festival nicht nur auf dem Messegelände, sondern in der ganzen Stadt zu feiern, hat die Branche, die Stadt Hamburg und nicht zuletzt das Publikum überzeugt. Wir wollen die Photopia Hamburg, unser Herzensprojekt, zusammen mit Partnern und der Branche weiter wachsen lassen und freuen uns jetzt schon auf die Fortsetzung im nächsten Jahr.“

Europa- und Weltpremieren

Unter den Ausstellern in den Messehallen waren führende Kameraprodu-

zenten wie Canon, Leica, Nikon, Panasonic und Sony, Spezialhersteller wie Silverlab und Imaging Solutions, Dienstleister wie Cewe, TIS Service und Whitewall sowie B2B und B2C Handelsunternehmen, darunter Calumet, Enjoyyourcamera, Foto Erhardt, Grotura und Hapa Team. Auch internationale Anbieter aus China, Belgien, Finnland und Polen waren vertreten.

Unbestrittener Star unter den Neuheiten war die Canon EOS R3, die auf dem 600 qm großen Canon Stand erstmals in der Öffentlichkeit präsentiert wurde. „Wir brauchen in Deutschland ein Festival, das sich rund um das Thema Imaging bewegt“, erklärte Rainer Führes, CEO von Canon Deutschland. „Hier haben wir durchaus Historisches erlebt und werden diese Photopia in Zukunft zum zen-

tralen Ankerpunkt für professionelle Fotografen, für Interessierte rund um das Thema Imaging machen. Hamburg ist eine tolle Stadt, hier passiert viel. Wir sind mit einem großen Footprint im ersten Jahr des Events aufgeschlagen, und wir haben die Absicht, das in Zukunft noch auszubauen.“

Neuheiten gab es auch für die Drohnenfotografie: So zeigte der Hersteller Autel Robotics sein Modell Dragonfish erstmals vor breitem Publikum in Europa. Das technisch hochentwickelte Fluggerät wurde für Einsätze in verschiedenen Bereichen wie der Verkehrsüberwachung, Hochwasser, Brandbekämpfung und der Suche nach vermissten Personen entwickelt.

Weltweite Resonanz in Social Media

Für viel Aufmerksamkeit sorgte Prominenz aus Profifotografie und Kultur: Schirmfrau des Festivals war die Modefotografin Ellen von Unwerth, die ebenso wie der Fotograf Kristian Schuller und der bekannte britische Profi Jimmy

Nelson live auf der Messe präsentierte und ebenso wie ihre Kollegen sowie zahlreiche Besucher, Aussteller und Kongressteilnehmer ihre Eindrücke von der Photopia Hamburg auf Instagram und anderen sozialen Netzwerken teilte. Diese digitale Reise ist nicht zu Ende: Auf Photopia 365 kann sich die Community weiter vernetzen, austauschen und exklusive Angebote sowie Workshops präsentieren.

Vielfältiges Programm

Auch eine professionell zusammengestellte Mischung aus Praxisthemen, Ausstellungen und Konferenzen prägte das Bild der Photopia Hamburg. So sprach die von Profifoto und dem BFF organisierte Creative Content Conference mit zahlreichen Vorträgen, Workshops und Diskussionen vor allem Content Creators wie Fotografen und Videofilmer aus dem Profi- und Amateurbereich an.

Wirtschaftliche Themen, aktuelle Trends sowie innovative Produkt- und Marketingstrategien standen im

Mittelpunkt der B2B-Konferenz ImagingExecutives@Photopia: Dort wurde am Freitag, dem 24. September, unter dem Titel „Vital Opportunities“ ein von den Fachmedien imaging+foto-contact und worldofphoto.com zusammengestelltes, hochkarätiges Programm zu aktuellen Chancen und Herausforderungen auf dem Imaging-Markt präsentiert. Zahlreiche Entscheidungsträger von Hardware- und Software-Lieferanten, Bilddienstleistern, Einzelhändlern, Distributoren und anderen Imaging-Unternehmen nutzten die Gelegenheit, sich auf dieser neuen Plattform auszutauschen.

Viel Zuspruch unter den rund 10.000 Besuchern der Photopia Hamburg fanden die vielen Ausstellungen auf dem Messegelände und in der ganzen Stadt. Auch das innovative Hallenkonzept im Industriedesign mit 350 Schiffscontainern wurde gut aufgenommen: Es war nicht nur eine Hommage an die Hansestadt, sondern schuf auch neue Räume und spannende Aufnahme-Perspektiven für Profi- und Hobbyfoto-



Auf der Pressekonferenz zur Eröffnung genossen es die Verantwortlichen sichtlich, die erste Eigenveranstaltung von Hamburg Messe und Kongress nach der Corona-Pandemie anzukündigen: v. l. Bernd Auferheide, Vorsitzender der Geschäftsführung Hamburg Messe und Congress, die Modefotografin und Schirmfrau der Veranstaltung, Ellen von Unwerth, Hamburgs Kultursenator Dr. Carsten Brosda und Rainer Führes, CEO Canon Deutschland.

Foto: imaging+foto-contact.



Auf der von imaging+foto-contact organisierten B2B-Konferenz *ImagingExecutives@Photopia* folgten zahlreiche Entscheidungsträger aus der Branche den Vorträgen, hier von Sebastian Klein, GIM Gesellschaft für innovative Marktforschung, der unter dem Titel „Das neue Normal: Wie tickt Deutschland?“ darstellte, wie die Corona-Krise die Persönlichkeiten und Werte der Menschen in Deutschland verändert hat. Foto: Mustafa Morad

grafien. Im Photopia XR-Bereich präsentierten auf 800 Quadratmetern Unternehmen, Hochschulen und next.Reality Hamburg innovative Möglichkeiten, die durch Virtual und Augmented Reality entstehen.

Positive Stimmen

Vertreter der rund 50 in- und ausländischen Aussteller zeigten sich sehr zufrieden mit dem neuen Branchenevent: „Es waren vier starke Tage hier auf der Photopia Hamburg“, sagte Falk Friedrich, Geschäftsführer bei Leica Camera Deutschland GmbH. „Die Atmosphäre hat uns vom ersten

Moment an begeistert – vor allem die tolle Installation der hamburgtypischen Container. Wir haben unser Publikum erreicht, Fotografen und Foto-Interessierte haben sich ausgiebig bei uns informiert und beraten lassen. Die Photopia ist ein tolles Festival für die Branche, das zum richtigen Zeitpunkt in einer tollen Stadt mit reichem Erbe an Fotokultur eine absolut gelungene Premiere gefeiert hat.“

Auch Frederik Lange, Business Head Digital Imaging Sony Deutschland, zeigte sich begeistert: „Vielen Dank, Photopia, für den Mut, trotz der weiterhin bestehenden Kontaktbeschrän-

kungen durch die Pandemie diese neue gelungene und erfrischende Imaging-Veranstaltung realisiert zu haben. Es war uns eine Freude, Teil dieser Premiere zu sein, unsere neuesten Produkte und innovativen Technologien vor Ort zu präsentieren und uns mit den vielen Künstlern, Foto- und Video-enthusiasten direkt auszutauschen. Wir freuen uns schon auf 2022.“

Zu den Partnern des neuen Foto- und Imaging-Events gehörte auch der Photoindustrie-Verband (PIV). „Die Photopia Hamburg hat erfolgreich gezeigt, wie wichtig solche Community-Events für unsere Branche sind, um den Austausch zwischen Herstellern, Fachhandel, Medien und vor allem den persönlichen Kontakt zum Endkunden sicherzustellen“, kommentierte PIV-Geschäftsführer Christian Müller-Rieker. „Wir freuen uns, dass wir als Partner der Messe Hamburg aktiv dazu beitragen konnten.“

In unserer nächsten Ausgabe folgen ausführliche Nachberichte von der Photopia Hamburg.

Die nächste Photopia Hamburg findet vom 13. bis 16. Oktober 2022 statt.



Trotz der noch geltenden Corona-Beschränkungen nutzten viel Enthusiasten die Möglichkeit, sich direkt bei den Herstellern über Produkte zu informieren. Foto: Hamburg Messe und Congress/René Zieger.