

Nach dem überraschenden Aus für die Photopia geht es für die Branche um alles

Sein oder Nichtsein

Die Daten für die vorherige Ausgabe von imaging+foto-contact waren bereits in der Druckerei, als wir die Nachricht erhielten, dass die Messe Hamburg die Photopia nicht fortsetzen wird. Von dieser Entscheidung wurde imaging+foto-contact auch als Organisator der B2B-Konferenz ImagingExecutives@Photopia völlig überrascht. So ging es auch den Herstellern, die mit hohen Investitionen die Veranstaltung auf einen, wie alle hofften, erfolgreichen Weg gebracht hatten.



Thomas Blömer, Verleger

Offensichtlich wurde die Entscheidung mehr oder weniger einsam von der Geschäftsleitung der Hamburg Messe getroffen, der seit dem 1. Januar Heiko M. Stutzinger als neuer CEO angehört. Er folgte dem in den Ruhestand getretenen Bernd Aufderheide, der das Projekt eines weltweit einmaligen, inspirierenden Festivals 2020 initiiert hatte. Das sei, so die Hamburg Messe, auch gelungen. Der Anspruch, attraktive und qualitativ hochwertige Veranstaltungen anzubieten, ließe sich aber bei der Photopia auch mittelfristig wirtschaftlich nicht abbilden, erklärte Stutzinger. Das ist leicht zu

übersetzen: Im Klartext hat der Geschäftsführer der Hamburg Messe unsere Branche wissen lassen, sie sei auch in Zukunft nicht in der Lage, eine attraktive Plattform wie die Photopia zu finanzieren.

Für diese Einschätzung wird der neue Geschäftsführer seine Gründe haben. In der Branche kennt die allerdings niemand, denn Stutzinger hat vor seiner Entscheidung kein Wort mit den großen Ausstellern und Sponsoren der Photopia gesprochen. In den Gesprächen, die wir inzwischen geführt haben, konnten wir den Eindruck gewinnen, dass Stutzinger bei großen Marken durchaus auf offene Ohren gestoßen wäre, wenn er nach mehr Geld gefragt hätte. Hat er aber nicht.

Eine offizielle Aussage, die wir von Rainer Führes, CEO von Canon Deutschland erhielten, gibt auch die Stimmung bei anderen Herstellern wieder: „Es ist schade, dass die Hamburg Messe entschieden hat, die Photopia nicht weiterzuführen. Wir als Canon haben diese Veran-

staltung seit der ersten Stunde geprägt und unterstützt. Und wir sind überzeugt, dass das Konzept aus Community, Festival, Keynotes und Konferenzen richtig ist, um die Faszination von Imaging erlebbar zu machen.“ Und dann fügte Führes noch einen weiteren wichtigen Satz hinzu: „Ein Imaging-Leuchtturm-Event ist unseres Erachtens für Deutschland sehr wichtig.“

Es gibt in unserer Branche viele Menschen, die Führes recht geben. Denn ohne die Photopia gibt es derzeit kein bundesweit wahrgenommenes Schaufenster für Foto und Imaging mehr – von Europa gar nicht zu reden.

Dabei muss es aber nicht bleiben. Hinter den Kulissen wird schon fleißig darüber gesprochen, wie die jetzt entstandene Lücke kurzfristig mit einem attraktiven Event gefüllt werden kann. Wir wünschen uns, dass dafür die ganze Branche an einem Strang zieht: Hersteller und Distributeure ebenso wie Bilddienstleister, die Medien und natürlich der Fachhandel. Denn es geht für unsere Branche um Sein oder Nichtsein. Ohne ein zentrales „Lagerfeuer“ werden die verschiedenen Sektoren auseinander driften und Gefahr laufen, sich im endlosen Getöse der digitalen Netzwerke und Plattformen zu verlieren.

Thomas Blömer