



◊ **Исполнительный вице-президент Кельнского выставочного комплекса (KoelnMesse) Оливер КУРТ/Oliver KUHRT. Накануне выставки Photokina он дал эксклюзивное интервью российскому журналу Foto&Video**

ОЛИВЕР КУРТ: «PHOTOKINA — ЭТО МИР ИЗОБРАЖЕНИЯ»

Каждый раз мы ждем от выставки Photokina чего-то нового, необычного. Тем более соблазнительным выглядит возможность узнать об этом заранее, из уст непосредственного организатора фотоярмарки

Подготовил **Владимир НЕСКОРОМНЫЙ**

Ведущая международная фотографическая выставка Photokina 2008 проходит в Кельне (Германия) с 23 по 28 сентября. В преддверии этого события журнал Foto&Video взял интервью у исполнительного вице-президента Кельнского выставочного комплекса (KoelnMesse) Оливера Курта/Oliver Kuhrt.

— Среди основных потребительских тенденций прошлой выставки Photokina 2006 г. — появление цифровых зеркальных камер любительского уровня с разрешением 10 Мпикс. и форматом матрицы APS-C, внедрение оптического стабилизатора изо-

бражения в компактные камеры, активное развитие рынка самодельных фотоальбомов — scarbooking. Что произошло на мировом фоторынке за прошедшие два года? Каковы основные технологические тенденции этого года?

— Довольно сложный вопрос. За последние несколько лет этот рынок стал весьма инновационным, где постоянно появляются уникальные продукты и технологии. Продолжает улучшаться производительность фотокамер, также они становятся все более ориентированными на нужды потребителей, в то время как карты памяти увеличенной емкости обеспечивают быструю передачу данных для хранения. Программное обеспечение становится все легче в использовании, одновременно предлагая повышенные возможности; а принтеры предоставляют лабораторное качество печати на самых различных печатных материалах. Компании, занимающиеся фотофинишнгом, стремятся привлечь клиентов новыми продуктами и сервисами, для того чтобы представить фотоизображение настолько выразительно, насколько это возможно. И это перечисление можно продолжить. Вот почему я уверен, что Photokina 2008 принесет нам множество удивительных открытий и инновационных решений.

— В связи с появлением цифровых технологий мировой фоторынок стремительно меняется, что, безусловно, сказывается на составе компаний — участников выставки Photokina. Так, с фоторынка ушли такие крупные игроки, как Agfa, Konica-Minolta, Kyocera-Yashica. В то же время активизировали свое участие Sony, Panasonic, Samsung, Casio, Epson, Hewlett-Packard, а также Nokia, Apple и Microsoft — софтверный гигант. Как в связи с этими событиями меняется облик выставки Photokina? Ее по-прежнему можно позиционировать как фотографическую выставку? Или это уже несколько иное событие по своему внутреннему содержанию?

— В основе концепции выставки Photokina всегда находилось изображение, но не продукты; именно изображение являлось стержневым понятием ее деятельности. В этом и заключается секрет большого успеха выставки. В настоящее время на использовании изображения основаны бесчисленные технические инновации, например, современные технологии безопасности в автомобильной промышленности. Таким образом, весьма важная составляющая выставки — демонстрация этих тенденций и представ-



◊ **Знаменитый на весь мир Кельнский собор является визитной карточкой города и выставки Photokina**

◊ **Доброжелательные указатели приветствуют всех, кто прибывает в гостеприимный Кельн**



ление инновационных технологий будущего. Вот почему нам нравится говорить о Мире изображений на выставке Photokina, который существует независимо от фотографии как таковой. Верная девизу «изображение превыше всего» Photokina никогда не фокусируется исключительно на фотографических продуктах, но всегда охватывает все области изобразительного рынка — от начального, входящего, изображения до процесса его обработки, от хранения до различных возможностей конечного, готового, изображения. Повод для того, чтобы из-за этого обширного фокусирования поменять основную направленность выставки, никогда не возникал.

— **Какие новые компании-участники появятся на Photokina 2008?**

— Количество компаний, принимающих участие в выставке впервые — а таких более двухсот, достаточно велико, и этот показатель свидетельствует о высоком интересе, который фоторынок продемонстрировал к этому уникальному глобальному событию. Приведу один пример. Компания General Imaging, новый производитель (поставщик — supplier) цифровых фотокамер, будет представлять свою продукцию на Photokina впервые. Особенно мы восхищены тем, что успех выставки на международном уровне убедил такого мирового гиганта, как Microsoft, вновь принять в ней участие и представить значительный стенд, продолжая тем самым свое активное присутствие на Photokina, начатое в 2004 г.

— **Одним из ключевых деловых событий выставки станет деловой форум Memories on Demand. В чем заключается его главная особенность? По каким причинам было принято решение о его проведении?**

— Проводя этот международный форум, мы ставим целью рассказать посетителям-бизнесменам о всех последних рыночных тенденциях, которые окажут влияние на фоторынок в ближайшие несколько месяцев. Посетители ожидают, что Photokina продемонстрирует им, как рынок будет развиваться и как лучше всего распорядиться своими финансовыми средствами в условиях постоянно меняющихся окружающих реалий. На форуме высококлассные специалисты, представляющие фоторынок, сделают обзор вышеназванных тем, с практической точки зрения, и по результатам предоставят впечатляющие презентации, посвященные бизнес-моделям будущего. Мы имеем довольно успешный опыт проведения подобных мероприятий в рамках предыду-

щих выставок Photokina, поскольку они предлагают бизнес-посетителям дополнительную информацию, необходимую для того, чтобы они удерживали свои успешные позиции в бизнесе. Это действительно именно то, чего ждут посетители от такой первоклассной выставки, как Photokina — утилитарную информацию, ориентированную на определенные целевые группы.

— Хотите затронуть арт-составляющую выставки Photokina, которая в основном представлена в павильоне Visual Gallery. По какому принципу формируются экспозиции? Как выбираются имена?

— Как я уже упомянул выше, изображение является сутью выставки Photokina. Вот почему мы уделяем так много внимания высокоуровневым уникальным культурным проектам в ее рамках, и вот почему мы остановили свой выбор на опытном в этой области эксперте Жераре Гудрове/Gerard Goodrow, который выступает куратором Visual Gallery в этом году. Наша цель — максимально осветить весь спектр фотографии в каждом проекте Visual Gallery, от фотожурналистики до художественных работ известных фотографов и молодых амбициозных авторов. Мы хотим использовать проект Visual Gallery для показа бесконечных возможностей фотографии. Мы тесно сотрудничаем с различными компаниями и профессиональными организациями, такими как Ассоциация фотодизайнеров-фрилансеров/Association of Freelance Photo Designers (BFF), для того чтобы представить современную фотографию. Естественно, все это требует огромной плановой работы, таким образом, как только проект Visual Gallery завершит свою работу в этом году, мы сразу же приступим к следующему, который пройдет в рамках выставки 2010 г.

— Почему в этом году основным художественным событием стала выставка американского режиссера, актера, художника и фотографа Денниса Хоппера/Dennis Hopper?

— Мы выбрали работы Денниса Хоппера, потому что он уже был действительно широко известным фотографом перед тем, как выступил режиссером, а также одним из актеров фильма «Беспечный ездок»/«Easy Rider» (1969). Многие немцы не знакомы с этим ранним периодом его творческой карьеры, таким образом, мы хотели дать посетителям возможность узнать о нем посредством его персональной экспозиции. Фотографии были сделаны в 60-х гг., и они обес-



○ Сумрак, окутывающий вечером Кельн, придает городу особое очарование и настраивает его гостей на лиричный лад

○ Южный вход в новый выставочный центр. Комфортность ощущается уже с первых ступенек



печивают потрясающее понимание той захватывающей эпохи; они увлекают зрителей поразмышлять над этой главой американской истории. Экспозиция обещает привлечь множество посетителей. Кроме того, мы, конечно, надеемся, что международная известность Денниса Хоппера как кинозвезды привлечет внимание самой широкой аудитории и вызовет интерес к фотографии у большего числа людей.

— Photokina — один из многих проектов компании KoelnMesse. Любопытно узнать, какое место она занимает среди остальных выставок? С какими из них ее можно сравнить — по прибыльности, по важности для имиджа KoelnMesse?

— Среди прочих мероприятий Koelnmesse выставка Photokina, естественно, занимает весьма сильные позиции, однако имеются также другие. Выставочный портфель Koelnmesse включает бесчисленные ярмарки, которые являются лидерами в своих профессиональных областях, включая мебельную International Furniture, пищевую Anuga, выставку INTERMOT Cologne, посвященную мотоциклам и скутерам, и выставку gamescom, которая впервые пройдет в 2009 г. С точки зрения количества участников и посетителей, все эти мероприятия — среди самых успешных и прибыльных событий, которые происходят в Кельне.

— Уже много лет количественный состав участников выставки Photokina не меняется: около 1600 компаний из 50 стран мира, среди которых 60 процентов из-за рубежа и 40 процентов из Германии. Они занимают площадь около 200–220 тыс. м². Подобная ситуация свидетельствует о стабильности или о том, что фото-рынок не развивается?

— Суть сокрыта за этими цифрами, и она довольно проста: на выставке Photokina в Кельне представлены все самые важные целевые группы — все, что касается компаний-участников и посетителей. Конечно, в последние несколько лет наблюдались определенные области концентрации на рынке, с уже укоренившимися компаниями, которые оставляли рынок, и на их место приходили новые. Тенденции, связанные с внедрением цифровых технологий, привели к появлению телекоммуникационных и компьютерных компаний, представляя выставку Photokina как важную платформу. Подводя итог, можно сказать, что Photokina — это просто самая важная ярмарка в мире



для компаний, имеющих дело с изображением, независимо от того, в какой области они работают.

Это не является индикатором ни застоя, ни стабильности, а скорее — признак непрерывного, ориентированного на будущее развития.

— Входной билет для посетителей дорожает с каждым годом в среднем на 25 процентов: 2004 г. — 18 евро, 2006 — 25, 2008 — 28. (В то же время стоимость каталога остается неизменной — 19 евро.) С чем это связано?

— Цены, которые вы упомянули, действуют только в течение тех дней, которые ориентированы на деловых посетителей. В субботу и воскресенье посетители могут приобрести билеты по 12 евро, и за последние несколько лет эта цена возросла лишь немного, как часть общего увеличения затрат. Кроме того, мы предлагаем деловым посетителям выставки Photokina т.н. «пакеты путешественника» (travel package), которые обеспечивают отличное соотношение цена/качество и включают билеты, размещение, входной билет на выставку и много других услуг.

— В 2006 г. произошла серьезная реконструкция выставочных площадей KoelnMesse. Какие качественные изменения в работе экспозиций, в том числе и выставки Photokina, произошли после этой реконструкции?

— Новый выставочный центр является одним из самых современных в Европе и предоставляет нашим многочисленным усовершенствования. Архитектура новых павильонов полностью удовле-

творяет потребности посетителей в том, что касается эффективности и гибкости. Каждый, кто видел старые павильоны Rhineland и новые выставочные площадки, все без исключения имеют восторженное мнение о новом выставочном центре. Для нас как организаторов новые средства обслуживания открыли новые возможности для того, чтобы предложить не только классические выставочные бизнес-мероприятия, но также современные конференции высокого уровня.

— Выставку Photokina посещает около 150–160 тыс. человек. Если сравнить с другими проектами KoelnMesse, это много или мало?

— Конечно, 150 тыс. посетителей является впечатляющим числом, но оно также достигается другими широкомасштабными ярмарками, такими как INTERMOT, International Furniture и Anuga. Некоторые выставки, такие как INTERMOT, фактически даже превышают этот показатель. В конце концов, многие наши выставки входят в число лидирующих ярмарок в своих областях и, таким образом, привлекают в Кельн значительное количество посетителей со всего мира.

— Как вы можете описать посетителей выставки Photokina? Как с годами меняется их состав?

— В целом состав посетителей выставки остается неизменным. Уже в самом начале значительную долю составляли бизнесмены, среди которых, конечно, преобладали торговые представители и фотографы. Произошедшие изменения влияли и на состав посетителей. Из-за

○ Новые выставочные павильоны весьма просторные и светлые

внедрения в фотографию цифровых технологий в настоящее время на выставку также приезжают деловые посетители из таких областей, как бытовая электроника, информационные технологии, телекоммуникации.

— Расскажите, как создавалась выставка? Когда и при каких обстоятельствах родилась идея? Как долго она воплощалась в жизнь? Какую роль сыграл Лео Фриц Гробер/Leo Fritz Gruber (который умер в 2005 г.)?

— Photokina была основана в 1950 г., и ее создание стало возможным только благодаря многочисленным предварительным приготовлениям и переговорам. Главная инициатива по созданию выставки фактически принадлежала Бруно Уло/Bruno Uhl, главе Ассоциации производителей фототоваров (Association for the Producers of Photography Articles). Он хотел основать презентационную платформу для производителей фототоваров, где можно было бы демонстрировать разнообразие этой области. С самого начала инициаторы хотели, чтобы местом проведения выставки стал город Кельн. Также с самого начала было ясно, что главным в продуктовой выставке станет культурный аспект фотографии. Помня об этой цели, инициаторы выбрали ответственным за эту часть выставки Лео Фрица Гробера, который на тот момент уже был выдающейся фигурой в мире фотографии.

— Сколько дней в среднем тратит среднестатистический посетитель на посещение выставки — один, два, три?

— Довольно сложный вопрос. Некоторые из бизнес-посетителей проводят на выставке Photokina несколько дней — для того чтобы заключить успешные коммерческие сделки. Но мы также знаем, что время все более и более ценится нашими посетителями, таким образом, мы предлагаем определенные средства, чтобы помочь им распланировать свой визит максимально эффективно. Большое число конечных пользователей посещает выставку во время выходных, и они обычно проводят на ней один полный день. **FSV**

Дополнительная информация:
www.photokina-cologne.com