

**Zeitschrift:** Fotointern : digital imaging  
**Herausgeber:** Urs Tillmanns  
**Band:** 10 (2003)  
**Heft:** 5

**Artikel:** Die wichtigste Foto- und Imagingmesse der Schweiz legte 7 Prozent zu  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-978981>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 09.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**



# pi03 in zürich **Die wichtigste Foto- und Imagingmesse der Schweiz legte 7 Prozent zu**

Die Professional Imaging 2003 darf als sehr erfolgreich verbucht werden. Das zeigte nicht nur unsere Ausstellerbefragung, sondern die positive Stimmung war allorts in der grossen Halle 1 zu erkennen.

Trotz wirtschaftlichen dürrtigen und vor allem unsicheren Zeiten, gutem Wetter und einer eher dürrtigen Messebeschilderung fanden 3480 Besucherinnen und

Die sechste Professional Imaging gehört der Vergangenheit an. Vom 12. bis 14. März hatten sich in der Messe Zürich Foto- und Imaging-Interessierte aus allen Bereichen getroffen, um sich über Neuheiten zu orientieren und Fachkontakte zu pflegen - oder auch einfach, um die Atmosphäre einer sehr gelungenen Messe live mit zu erleben.

Messe für ein breiteres Publikum sinnvoll wäre. Der Aufwand, so wird argumentiert, ist beträchtlich, warum also nicht auch Amateure direkt ansprechen. Agfa wünscht sich bei einem öffentlichen Publikum mehr Interesse am Ausbelichten von digitalen Bildern.

Die Stimmung wurde von allen Befragten als gut empfunden. Bei Fujifilm stellte man ausser-



Besucher den Weg in die Messe – das sind sieben Prozent mehr als vor zwei Jahren. Und dies in einer Zeit, wo andere Fachmessen bis zu einem Drittel ihrer Besucher einbüssen mussten.

## Was meinen die Aussteller?

Fotointern wirft einen Blick zurück. Wie beurteilen die Aussteller selbst die Messe? Soll sie künftig jährlich stattfinden und soll sie auch einem interessierten Amateurpublikum offen stehen? Dies waren einige der Fragen, zu denen wir von den Ausstellern eine Antwort erbaten.

So viel vorweg: Die Mehrheit der Teilnehmer war sehr zufrieden. Bemängelt wurden teils die Ankündigungen zu den Workshops und die (hohen) Preise für Parkplätze. Der Messe-Standort Zürich schien für alle Beteiligten in Ordnung, manche wünschen sich, alternierend an einem anderen Ort, beispielsweise Bern oder Lausanne auszustellen. «Der Besucherstrom aus dem Welschland war mindestens so gut, wie vor zwei Jahren in Bern» meinte Ernst Vollenweider von Pentax. Jedoch: Der Zweijahresrhythmus soll beibehalten wer-

den, nur wenige der Befragten sprachen sich für eine jährliche Durchführung aus.

Nahezu alle Aussteller waren mit dem Besucherstrom zufrieden, Umsatzziele wurden selten gesteckt, nicht zuletzt, weil Messen für die meisten Firmen dazu dienen, ihre Produkte und Dienstleistungen einem Fachpublikum zu präsentieren. Verkäufe werden meist später, nicht nur, aber auch, aufgrund von Messebesuchen getätigt.

Ein grosser Teil, und namhafte Aussteller wie Agfa und Kodak, überlegen, ob eine Öffnung der

dem mit Freude fest, dass viele Besucher aus der Westschweiz anwesend waren. Die Umsatzziele seien, so Fujifilm, sogar übertroffen worden. Als grossen Erfolg beurteilte auch Markus Zuber von FineArtPix die Messe. Einzig Daniel Müller von M&M Werbetechnik fand die Stimmung «wegen der Wirtschaftslage etwas gedrückt». Optimistischer fiel die Beurteilung bei Ott&Wyss aus: «Wir glauben nach dieser Leistungsschau an eine signifikante Erholung unseres Marktes im zweiten Semester 2003». Kurzfristige Umsatz-Zielsetzung

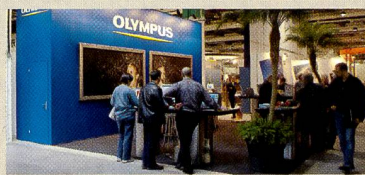


gen seien heute kein eigentlicher Massstab einer Messe, hiess es dazu bei Kodak: «Vielmehr sind wir bestrebt, die langfristigen Beziehungen mit unseren Kunden zu pflegen und vor allem die Neuheiten vorzustellen».

«Etwas mehr Action», wünschte sich Kurt Kassel von Polaroid, Live-Vorführungen, eine Show zum Fotografieren vielleicht. Auf die Frage, was man besser machen könnte, gab es verschiedene Vorschläge. Die bereits erwähnte Öffnung für ein Nicht-Fachpublikum hielten viele der Befragten für wenig sinnvoll. Befürchtet wird von den Gegnern

branche», wurde auch von Imagic Bildverarbeitung AG angeregt. Einige der Befragten wünschten sich mehr Aussteller aus dem PrePress-Bereich, damit würden automatisch auch Besucher aus dieser Branche den Weg an die Professional Imaging finden. Da und dort wünschte man sich, dass die Präsentationen auf Nachbarständen etwas leiser wären, so dass man sich mit der Kundschaft noch «normal unterhalten» kann.

Mehrfach angesprochen wurde das Parkplatzproblem. Die Preise im nahen Parkhaus wurden teils sehr heftig kritisiert. Neben Kritik



vor allem ein enormer finanzieller Mehraufwand sowie eine «Verdünnung des Fachpublikums». Gegner und Befürworter einer Öffnung hielten sich in etwa die Waage.

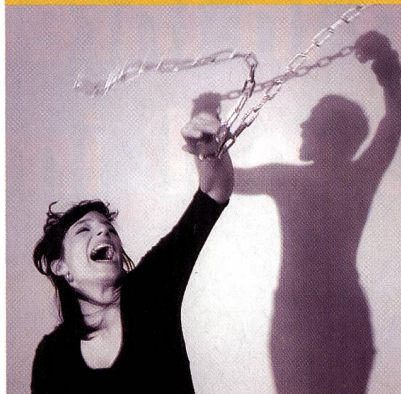
Dieter Enz, Comet Photoshopping schlug andere Öffnungszeiten vor: Am ersten Tag sollte später geöffnet werden, dafür dürfte die Messe bis 22 Uhr dauern.

Fujifilm und Minolta schlugen vor, die lokale Presse besser zu orientieren, generell mehr PR und Werbung zu betreiben. «Gezielte Werbung auch ausserhalb der Foto-, Verlags-, und Druck-

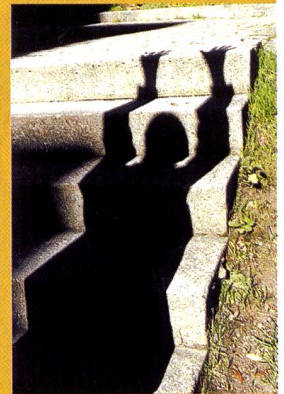
gab es aber viel Lob und auch einige Anregungen, wie beispielsweise diese von Kurt Kassel: Viele Händler, aber leider noch nicht alle, hätten erkannt, dass dieses Jahr mit «kleinen Bildern grosses Geld» verdient werden könne. Stichwort: Neuer Schweizer Pass, ID-Karte und Führerscheine.

Lob gab es auch für die Organisation der Messe, die Logistik und die Messenetzwerke. Und Dieter Enz fügt an: «Wir waren mit der gesamten Organisation der Messe durch die ISFL sehr zufrieden». Bleibt auf die nächste Professional Imaging zu warten – 2005?

## Die GewinnerInnen des Lehrlingswettbewerbs



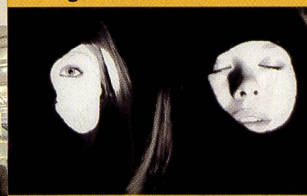
Philipp Müller / Matthias Arnold  
1. Rang



Francesca Maniglio  
1. Rang



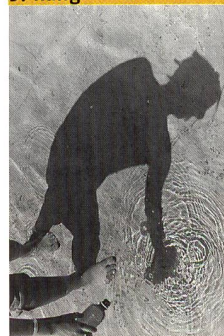
Alessandro Crinari  
3. Rang



Pascale Schwarzer  
4. Rang



Fabienne Wheeler  
5. Rang



Tina Condoleo  
Publikumspreis



Die Jury:  
Herbert Spühler, Benni Basler, Jérôme Bischler

Der Lehrlingswettbewerb gehört bereits zur Tradition der Professional Imaging. Dieses Jahr war das Thema «Schatten» vorgegeben, das von den jungen Foto-grafInnen gekonnt umgesetzt wurde.

### Die GewinnerInnen und ihre Ränge:

**1. Rang:** Francesca Maniglio, FinePix S602 mit Zubehör von Fujifilm; **1. Rang:** Philipp Müller / Matthias Arnold, Elinchrom Style 600/600 Set von Profot; **3. Rang:** Alessandro Crinari, Digital Photo Drucker XLS 8500 von Kodak; **4. Rang:** Pascale Schwarzer, EOS300V Set von Canon; **5. Rang:** Fabienne Wheeler, EasyShare Digitalkamera LS 443 von Kodak; **6. Rang:** Gabriela Brunner, Coolpix 4500 von Nikon; **7. Rang:** Christa Malär, Camedia C-50 Zoom von Olympus; **8. Rang:** Christian Venturini, Leica G3 von Leica; **9. Rang:** Philipp Koch, Kyocera Finecam S5 von Yashica; **10. Rang:** Sara Magistro, Lowe Pro Dryzone DZ 200 von Pentax; **11. Rang:** Mariana F. Stotzer, Lowe Pro Dryzone DZ 200 von Pentax; **12. Rang:** Géraud Siegenthaler, Kamerastativ von Light+Byte; **13. Rang:** Brian Walker, Kompaktgerät Visatec Solo 800B von Bron; **14. Rang:** Andrea Chiara, Sofortbildkamera 1200i von Polaroid; **15. Rang und Publikumspreis:** Tina Condoleo, Power Shot G3 von Canon; **16. Rang:** Alexander Jaquemmet, Gutscheine von Hama; **17. Rang:** Philip Böni, Laborarbeiten von Pro Ciné; **18. Rang:** Chantal Heggli, Tamrac Fototasche von Gujer, Meuli; **19. Rang:** Fabrice Giz, Galerie Desktop Paper von Ilford Imaging; **20. Rang:** Frosan Akbarzade, Präsentationsmappe von Image Trade; **21. Rang:** Pascal Aeschbacher, Delsey/Tasche Probag 3 von Perrot Image; **Trostpreise** von Fotointern, Kodak und Minolta.



**April: Kodak Picture CD für nur Fr. 5.-**

**Täglich in Ihrem Geschäft und  
400 mal im Fernsehen!**



**Kodak  
Picture CD**

**Kodak  
Picture CD**

**Kodak  
Picture CD**

**„Einmal Fotos auf CD, immer Fotos auf CD!“\***

Mit 400 Werbespots auf 10 TV-Sendern zeigen wir im April die Vorteile der KODAK PICTURE CD und machen auf die «Fr. 5.- Promotion» aufmerksam.

\* Dies sagen über 90% aller Konsumenten, welche zum ersten Mal eine KODAK PICTURE CD bestellt haben! (KODAK Umfrage 2002)

Informationen und Werbematerial erhalten Sie bei  
KODAK SOCIÉTÉ ANONYME, Avenue de Longemalle 1,  
1020 Renens, Tel. 021 631 01 11, Fax 021 631 01 50  
[www.kodak.ch](http://www.kodak.ch)

Share Moments.  
Share Life.™

