

# Berlin Photo Week vom 10. bis 13. Oktober



*Die Berlin Photo Week lockte mehr als 30.000 Besucher ins Kraftwerk Berlin.*

Unter dem Motto „So lebendig ist Fotografie“ fand vom 10. bis 13. Oktober in der Bundeshauptstadt die 2. Berlin Photo Week statt. Nach Angaben der Organisatoren verzeichnete die von dem Berliner Unternehmen EyeEm, nach eigenen Angaben die größte Fotografen-Community und eine der größten Fotoverkaufsplattformen der Welt, ins Leben gerufene Veranstaltung mehr als 30.000 Besucher. Sie konnten sich im Kraftwerk Berlin über die Angebote der Sponsoren informieren, Ausstellungen, Vorträge und Installationen besuchen und vor allem selbst fotografieren.

Dazu gab es auf dem eigens eingerichteten Funplace Dutzende Gelegenheiten. Dort stellten neben dem Hauptsponsor Canon, der von Aufnahmeattraktionen über Kameras bis zu großformatigen Drucken eine breite Palette

präsentierte, auch die Fotounternehmen Cewe, Fujifilm, Leica, Nikon, Olympus, Panasonic, Skylum, Tamron und Whitewall ihre Produkte und Dienstleistungen aus. Auch Audi, Lavazza, Schweppes und American



*Die Vortragsveranstaltungen und Podiumsdiskussionen der tPIC Konferenz deckten ein breites Spektrum von rechtlichen Aspekten über Geschäfts- und Vermarktungsstrategien bis zu technischen Themen ab.*



Die Besucher hatten viele Gelegenheiten, selbst zur Kamera zu greifen.

Express unterstützten die Veranstaltung.

## Hochkarätige Ausstellungen

Ein wichtiger Baustein der Berlin Photo Week waren die exzellent kuratierten Ausstellungen mit Fotos von erstklassigen Fotografen, darunter Thomas Höpker, Evelyn Bencicova, Olaf Heine, Thomas Kretschmann, Sven Marquardt und Justine Laeufer. Sie und andere Stars der Szene waren zum Teil auch persönlich anwesend. Ein weiterer Höhepunkt war die Verleihung der EyeEm-Awards mit über 1 Million Einreichungen.

## Erste tPIC Konferenz

Unter dem Titel „tPIC – The Professional Imaging Conference“ fand zum ersten Mal im Rahmen der Berlin Photo Week eine vor allem für professionelle Fotografen gestaltete Veranstaltung statt. Sie wurde von Imaging Media House organisiert und bot auf drei Bühnen ein umfassendes (gebührenpflichtiges) Vortragsprogramm, bei dem rechtliche Aspekte der Berufsfotografie ebenso zur Sprache kamen wie Geschäfts- und Vermarktungsstrategien sowie technische Themen. Über 1.250 vorwiegend junge Foto-

grafinnen und Fotografen nutzten nach Angaben des Veranstalters die Gelegenheit, ihr Wissen zu erweitern und sich untereinander zu vernetzen.

Am Ende der Berlin Photo Week zogen die Veranstalter ein positives Fazit. „Die Berlin Photo Week 2019 mit über 30.000 Besuchern hat zusammen mit der tPIC das Erlebnis Fotografie in Deutschland auf ein neues Level geh-

oben“, stellte Florian Meissner, CEO und Mitbegründer von EyeEm, selbstbewusst fest. Gen Sadakane, Creative Director und Mitbegründer von EyeEm, ergänzte: „Die Besucher heute wollen nicht nur Produkte anfassen, sondern sie wollen fotografieren, mit Bildern Spaß haben, sich mit anderen austauschen und vor allem auch experimentieren. Es freut uns sehr, dass unser Konzept voll aufgegangen ist.“

## PIV Startup Day

Auch der Photoindustrie-Verband (PIV) zeigte auf der Berlin Photo Week Präsenz und brachte auf dem 3. PIV Startup Day junge Gründer mit Branchenexperten und Vertretern der Industrie zusammen. Anders als bei den ersten zwei Startup Tagen, auf denen bis zu zehn junge Unternehmen im Wettbewerb um attraktive Preise ihre Geschäftsmodelle vorstellten, gab es in diesem Jahr eine Podiumsdiskussion. Sie war mit Eray Basar (img.ly), Philipp Baumgaertel (Cherrydeck), Dr. Tonino Greco (Sony), Guido Jacobs (Canon), Andreas Marx (K|Lens), Gerrit Rössler (Berlin Partner) und Christian Senitz (EyeEm) hochkarätig besetzt. Durch die Runde führte souverän Thorsten Jensen von Ernst & Young. In der lebhaften und inhaltsreichen Debatte ging es vor allem um das Verhältnis von etablierten Unternehmen und Imaging Startups. Dabei zeigte sich, dass die Startup Vertreter die auf neudeutsch Pitch genannten Präsentationen ihrer Geschäftsmodelle im Wettbewerb nicht unbedingt für die effizienteste Art und Weise halten, mit potentiellen Investoren ins Gespräch zu kommen. Im Zweifel, so wurde deutlich, sei es auch sinnvoll, aktiv auf Unternehmen zuzugehen und das Gespräch zu suchen. Bei Sony gibt es dafür sogar eine eigene Abteilung, die von Dr. Tonino Greco geleitet wird. Am Ende einer solchen Begegnung muss durchaus nicht unbedingt ein Investmentvertrag stehen. Oft ergeben sich auch andere Möglichkeiten der Zusammenarbeit, und Lernen, da waren sich Junge und Etablierte einig, kann man aus diesen Begegnungen auf jeden Fall.



Die Podiumsdiskussion des PIV Startup Days war mit Gerrit Rössler (Berlin Partner), Eray Basar (img.ly), Dr. Tonino Greco (Sony), Philipp Baumgaertel (Cherrydeck), Guido Jacobs (Canon), Christian Senitz (EyeEm), Andreas Marx (K|Lens) und Moderator Thorsten Jensen (Ernst & Young) hochkarätig besetzt.