

# Fespo : "Quadratmeter sind nicht das Thema, sondern erfolgssichere Konzepte"

Autor(en): **Plan, Peter**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **4 (1997)**

Heft 11

PDF erstellt am: **09.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-978914>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# Fespo: «Quadratmeter sind nicht das Thema, sondern erfolgssichere Konzepte»

Die Vorbereitungen für die nächste Fespo (29. 1. bis 1. 2. 1998) laufen bereits auf Hochtouren. Was wird neu, was wird anders? Wir hatten kürzlich die Gelegenheit, den Organisator, Wigr-Direktor Peter Plan, zu interviewen.

**FOTOintern:** Die Fespo 1996 hat in der Fotobranche auch kritische Stimmen hervorgerufen. Wie stellen Sie sich dazu?

**Peter Plan:** Kritik ist immer ein wichtiger Fingerzeig. Einige der Punkte haben wir als Organisatoren seither behoben, andere werden durch den neuen Standort gelöst, und dann gibt es Kritikpunkte, die im Wesen der Sache liegen und sich nicht so einfach korrigieren lassen.

**FOTOintern:** Sie haben den neuen Standort, die neuen Züspa-Hallen, erwähnt. Was wird anders?

**Plan:** Alles. Es sind nicht mehr sieben Hallen, sondern es ist ein grosses Gebäude, das eine konstante Temperatur aufweist, mit einem völlig neuen Gastrokonzept, das neben verschiedenen Restaurants auch eine Bewirtung am Stand ermöglicht, und es wird eine vorzügliche Infrastruktur zur Verfügung stehen, die speziell geeignet ist, um in verschiedenen grossen Seminarräumen ein Rahmenprogramm durchzuführen.

**FOTOintern:** Ein grosses Gebäude. Werten Sie dies für unsere Branche als Vorteil, oder werden die Fotostände neben den Reiseanbietern zerdrückt?

**Plan:** Sicher nicht. Zwar ist die Planung noch nicht so weit gediehen, dass ich Ihnen dazu schon Details angeben könnte, aber wir werden auf jeden Fall den Fototeil ins Zentrum der Ausstellung stel-



Peter Plan: «Die Fespo wird die erste Publikumsmesse im neuen Messezentrum Zürichs sein. Das garantiert uns einen grossen Besucherstrom.»

len, weil die Verbindung von Fotografieren, Reisen und Freizeit noch stärker zum Ausdruck kommen soll als an früheren Fespos. Allerdings hängt das alles auch ein bisschen davon ab, wie sich die Branche präsentieren will.

**FOTOintern:** Wie soll sie sich präsentieren?

**Plan:** Da gibt's verschiedene Möglichkeiten. Ich könnte mir vorstellen, dass sich die Fotoaussteller an bestimmten Themen der Reiseanbieter anhängen, zum Beispiel «Malediven – Tauchen und Fotografieren» oder «Ferien in der Schweiz – Berge fotografieren». Oder, dass die Fotofirmen ein gemeinsames Motto finden, unter dem sich sie gemeinsam präsentieren möchten.

**FOTOintern:** Das gibt dann eine Messe in der Messe ...

**Plan:** Das wäre ein denkbarer Weg. «Messe in der Messe» hat immer den Vorteil, dass Synergien genutzt werden können, und die Qualität allgemein besser wird. Das Umfeld lässt sich dadurch besser gestalten, und es entsteht ein Messeschwerpunkt, der auch ein grösseres Medieninteresse bewirkt.

**FOTOintern:** In Fotokreisen gibt es immer wieder Zweifel,

ob die Fespo das richtige Podium ist. Zudem ist die Fespo eine teure Messe. Wie schätzen Sie diese Punkte ein?

**Plan:** Immer wenn ich höre, etwas sei teuer, dann muss ich zurückfragen «im Vergleich womit»? Messemarketing ist nicht nur Werbung und Verkauf, sondern auch Öffentlichkeitsarbeit und Marktanalyse. Ausserdem soll der Messeauftritt nicht vom restlichen Marketingmix isoliert werden. Er soll vielmehr ein Teil der gesamten Marketingstrategie sein. Die Fespo bietet ein Publikum, das sich für Reise- und Freizeitaktivitäten interessiert – und dazu gehört auch das Fotografieren.

**FOTOintern:** Haben Sie auf früheren Fespos erhoben, wie gross das Interesse der Besucher an Fotografie ist?

**Plan:** Ja, unsere Besucherbefragung bei 600 Personen hatte auf der letzten Fespo ergeben, dass rund neun Prozent der Besucher am Fotografieren Interesse haben. Von den gesamthaft über 100'000 Besuchern sind das rund 6800 in Zürich und etwa 3000 in Genf. Mit der neuen Halle in Zürich dürften diese Zahlen bei der nächsten Fespo deutlich übertroffen werden.

**FOTOintern:** Die Vorbereitungen laufen bei Ihnen auf Hochtouren. Was ist zur Zeit Ihr Arbeitsmotto?

**Plan:** Lösungen und Konzepte anbieten, um die Messe noch attraktiver zu gestalten. Für einen Messeorganisator ist die Zeit vorbei, wo sich die Quadratmeter von alleine füllen. Wir müssen neue Wege gehen, damit die Messe einerseits für den Besucher interessanter wird und damit andererseits die Erwartungen der Aussteller erfüllt werden. Wir wollen jetzt das Instrument «Messeauftritt» populärer machen.

**FOTOintern:** Soviel zu Zürich. Wie steht die Fespo in Genf da?

**Plan:** Gemessen am Einzugsgebiet im Welschland hat Genf sehr gute Besucherzahlen, und es ist im Vergleich zu Zürich eigentlich schade, wie wenig Fotofirmen diese Chance im Welschland genutzt hatten. Trotz enormem Besucherwerbeaufwand ist kaum eine Handvoll Firmen aus der Fotobranche gekommen. Wir werden nach einem Konzept suchen müssen, das sich in Zürich und in Genf gleichermaßen anwenden lässt.

**FOTOintern:** Die Anmeldefrist für die Aussteller läuft Ende dieses Monats ab. Was raten Sie den Interessenten?

**Plan:** Für die Fotobranche wäre es das beste, wenn sie einen gemeinsamen Auftritt finden würde, der publikums- und medienattraktiv ist. Wir sind gerne bereit, ein solches Konzept gemeinsam zu entwickeln, denn letztlich haben wir alle das gleiche Ziel: Die Fespo soll als konzentrierter Markt wirken und effiziente Kontakte schaffen.

**FOTOintern:** Herr Plan, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

## Digitalkameras

Bilder – weltweit online.

Agfa ePhoto 307 [Kompakt]



Agfa ActionCam [Reportagen]



Agfa StudioCam [Still Life]

# Die Zukunft der Fotografie hat viele Gesichter.

Die Welt der Bilder dreht sich immer schneller. Wer mithalten will, sieht sich ständig aufs Neue herausgefordert. Mit Vorteil bezieht man daher an den

Orten Stellung, wo die Entwicklung der Zukunft hinführen wird. Besser noch: Man tut es wie Agfa und ist bereits dort, wenn die Anderen erst über den Weg reden. Darum sind wir nicht nur in den meisten Bereichen der Bilderzeugung und -bearbeitung zu Hause, wir sind in vielen sogar führend. Und wir haben nicht vor, in den kommenden Jahren an dieser Tradition etwas zu ändern.

## Farbfilme

Bilder – mit High Definition Color.



Agfa Futura 100/200/400 (APS)  
und Agfacolor HDC 100/200/400

## Advanced Photo System

Bilder – so einfach wie nie zuvor.



Agfa Futura  
APS-Kompaktkamera

**Nichts entgeht Agfa.**

**AGFA** 