

Online-Aktivitäten mit Bannern und Videos sowie Social Media Aktivitäten auf Facebook, Youtube und Instagram. Auch Blogger und andere Influencer. z. B. der Youtube Star Kayef, sollen die junge Zielgruppe für die Sofortbild-Fotografie begeistern.

Zu den digitalen Medien kommen aufmerksamkeitsstarke Außenwerbung und eine Promotion-Tour bei Handelspartnern. Für den Fotohandel gibt es große Plakate im Kampagnen-Design, um die Kunden im Geschäft oder noch besser im Schaufenster auf die Angebote aufmerksam zu machen.



Mit der Kampagne „Lass es raus!“ will Fujifilm den instax Hype weiter anheizen.

Stephan Althoff, Produktmanager Imaging Products bei Fujifilm

„Nachhaltige Rendite“

Die Verkaufszahlen der instax Serie sind sensationell. Mit 6,5 Millionen Stück hat Fujifilm im vergangenen Geschäftsjahr weltweit fast doppelt so viele Sofortbildkameras verkauft wie Polaroid in seinen besten Zeiten. Für das laufende Geschäftsjahr erwartet Fujifilm weiterhin kräftiges Wachstum. **imaging+foto-contact** hat mit Stephan Althoff, Produktmanager Imaging Products bei Fujifilm, darüber gesprochen, wie der Fotohandel von diesem Megatrend profitieren kann.

imaging+foto-contact: Herr Althoff, weltweit explodieren die Verkaufszahlen von instax Sofortbildkameras. Trifft das auch für den deutschen Markt zu?

Stephan Althoff: Ja, auch in Deutschland erleben wir eine ähnlich rasante Entwicklung wie der Weltmarkt und sind in den vergangenen Jahren mit hohen, zweistelligen Prozentsätzen gewachsen. Auch in diesem Jahr wollen wir weiter zulegen und sind sicher, dass uns das gelingt; denn mit der instax mini 9 und der revolutionären instax SQ10 haben wir zwei besonders attraktive neue Modelle vorgestellt.

imaging+foto-contact: Die instax Sofortbildkameras wurden vom Fachportal Business: Handel in der Kategorie

Multichannel zum Top-Produkt Handel gekürt. Dazu herzlichen Glückwunsch. Nun betrifft die Auszeichnung alle Vertriebskanäle. Sind Ihre Sofortbildkameras auch Top-Produkte für den Fotohandel?

Stephan Althoff: Danke für Ihre Glückwünsche. Ja, wir können die instax Kameras mit gutem Gewissen als Top-Produkte für den Fotohandel bezeichnen. Sie haben ja kürzlich darüber berichtet, dass der Marktanteil des Fotofachhandels bei Digitalkameras im vergangenen Jahr auf über 40 Prozent gestiegen ist. Auch bei der instax Serie liegt der Fachhandel auf ähnlichem Niveau und ist deshalb für uns ein sehr wichtiger Vertriebsweg. Das gilt besonders für die höherwertigen Modelle wie die instax wide, die