



Auch der Smartphone-Printer instax Share SP-2 gehört zur erfolgreichen Sofortbild-Familie von Fujifilm. Er empfängt via WiFi Fotos vom Smartphone und druckt sie auf instax mini Sofortbildfilm im kreditkartengroßen Format 86x54 mm aus. Mit seinem Laserbelichtungssystem erzeugt das handliche Gerät hochgeaufgelöste Sofortbilder mit nuancierten Farbverläufen und klaren Bildetails in beeindruckenden 320dpi.

instax mini 90 und natürlich die neue instax Square. Auch beim Filmverkauf spielt der Fotohandel eine große Rolle.

imaging+foto-contact: Apropos Filmverkauf. Zu Polaroid-Zeiten rechnete man pro Kamera zwei bis drei Filme als Folgegeschäft im ersten Jahr. Kann Fujifilm da mithalten?



Sofortbildkameras werden besonders häufig von Mädchen im Teenager-Alter und jungen Frauen gekauft.

Stephan Althoff: Die instax Serie kann da nicht nur mithalten, sondern liegt im Filmverkauf deutlich darüber. Wir gehen derzeit pro Kamera von rund sechs Filmen im ersten Jahr aus. Das ist für den Fotohandel natürlich außerordentlich attraktiv, denn die Filmverkäufe bringen nicht nur Umsatz und Gewinn in die Kasse, sondern auch zusätzliche Kunden ins Geschäft.

imaging+foto-contact: Welche Kunden können die Fotohändler für instax Produkte erwarten?

Stephan Althoff: Sofortbildkameras werden vor allem von den sogenannten Millenials gekauft, also Menschen vom Teenager-Alter bis Mitte 30. Das ist die Generation, die Fotos eigentlich nur auf dem Display kennt und jetzt begeistert davon ist, den magischen Moment zu erleben, wie ein physisches Foto vor ihren Augen entsteht. Besonders interessiert an Sofortbildern sind Mädchen und junge Frauen. Auf diese Zielgruppe ist auch ein großer Teil des instax Zubehörs abgestimmt.

imaging+foto-contact: Was für Zubehör-Produkte bietet Fujifilm hier an?

Stephan Althoff: Wir haben eine ganze Reihe von Artikeln entwickelt, die dem spontanen Charakter der Sofortbildfotografie gerecht werden

und den Menschen weitere Gelegenheiten bieten, ihre Kreativität zu entfalten. Dazu gehören Alben, Freundebücher, in denen man sich wie in einem Poesie-Album mit instax Fotos und Texten verewigen kann, Tischkalender, Fun-Sticker zum Aufhübschen der Fotos, Wäscheklammern, Bilderahmen mit Schneekugel-Effekt und vieles mehr. Auch ein Duschvorhang



Stephan Althoff, Produktmanager Imaging Products bei Fujifilm, konnte auf der Euroshop die Auszeichnung des Fachportals Business: Handel entgegennehmen. Es hatte die instax Serie in der Kategorie Multichannel als „Top-Produkt Handel“ gewürdigt.

mit Taschen, in denen man viele instax Fotos wassergeschützt unterbringen kann, gehört zur Produktpalette. Der Fotobranche wird ja oft vorgeworfen, zu ernsthaft und zu technikverliebt zu sein. Bei instax ist das anders, denn die Sofortbildfotografie steht vor allem für Spaß und Kreativität. Und unsere instax Kameras machen auch dem Fotohandel Spaß, denn sie bringen nicht nur einmaligen Umsatz, sondern ein nachhaltiges Folgegeschäft durch Film- und Zubehörverkauf.

imaging+foto-contact: Herr Althoff, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.