



## Fujifilm bringt Wonder Photo Shop nach Deutschland

# Das Fachgeschäft mit Zukunft

*Eine freundliche Ladengestaltung mit trendigen Elementen wie Tafeln und eine inspirierende Atmosphäre zeichnen den Wonder Photo Shop aus.*

Mit dem Wonder Photo Shop hat Fujifilm ein wegweisendes Konzept für den Fotohandel von heute und morgen entwickelt: Hier können die Kunden die Freude an Bildern erleben und ihre Kreativität entfalten, um eigene Projekte mit digitalen und analogen Fotos umzusetzen. Nach der Eröffnung des ersten Wonder Photo Shops in Tokio 2014 wurde das Konzept global ausgerollt. Jetzt bietet Fujifilm mit einem B2B-Musterladen auch deutschen Fotohändlern die Möglichkeit, zu erleben, wie sie ihren Kunden eine inspirierende Atmosphäre bieten, neue Zielgruppen ansprechen und eine hohe Wertschöpfung erzielen können.

Nach dem Start in Japan eröffnete Fujifilm in Metropolen wie New York City, Shanghai und Barcelona eigene Wonder Photo Shop Flaggschiffgeschäfte. Damit will der weltgrößte Foto- und Imagingkonzern aber nicht selbst in den Einzelhandel einsteigen, sondern Erfahrungen für die Weiterentwicklung des Konzeptes sammeln. Zu den wenigen eigenen Geschäften sind in Europa bereits rund 40 Shops gekommen, die von Fotohändlern betrieben werden. So will Fujifilm auch in Deutschland den Wonder Photo

Shop in die Einkaufsstraßen bringen. Deshalb steht das erste Mustergeschäft in der Europazentrale in Düssel-

dorf, wo es nicht von Privatkunden, aber (nach Voranmeldung) von Handelspartnern und Fachinteressenten besucht werden kann.

### Fachgeschäft zum Erleben

Der Wonder Photo Shop ist mehr als ein Fachgeschäft: Mit einem großen Angebot an neuen Produkten und Dienstleistungen werden die Kunden nicht nur motiviert, Produkte zu kaufen, sondern sie sollen sich in einer anregenden Umgebung fantasievoll mit ihren Fotos beschäftigen. Unterstützt werden sie dabei vom Fachwissen der Mitarbeiter, dem visuellen Marketingkonzept und der umfangreichen Aus-

*Eine Workshop-Zone für die Umsetzung eigener Ideen gehört zum Konzept. Die benötigten Materialien für Scrapbooking und andere Projekte werden in Griffweite angeboten.*



stattung mit passenden Materialien für individuelle und kreative Foto- und Do-it-yourself-Projekte.

Neben modernen Bestellterminals für Fotoprodukte und einem angesagten Ladendesign ist auch das Trend-Thema Scrapbooking ein wichtiger Bestandteil des Ladenkonzepts: In einem eigens hierfür eingerichteten Bereich mit großzügigem Arbeitsplatz und einer Vielzahl passender Accessoires – wie Washi Tapes, Sticker, Alben und Papiere – können die Kunden ihre kreative Seite entdecken und



*Bernd Gansohr, Geschäftsführer von Fujifilm Imaging Systems und Vertriebsleiter Fujifilm Imaging Products & Solutions: „Das Wonder Photo Shop-Konzept bietet dem Fotohandel die Möglichkeit, die junge, attraktive Zielgruppe der Millennials an die Fotografie heran in die Läden zu führen und langfristig zu binden.“*

ausleben. So können hier mit viel Liebe zum Detail Erinnerungsalben aus den vor Ort gedruckten Fotoabzügen und Accessoires von vergangenen Reisen oder Familienfesten entstehen. Und die besten Fotos machen auch als Wandschmuck, Tür oder Külschrank-Deko eine gute Figur: Mit dem einzigartigen Zubehörprodukt Shacolla von Fujifilm ist es kinderleicht, die Bilder praktisch überall anzukleben und bei Bedarf zu entfernen oder auszuwechseln.

## Maßgeschneidertes Konzept

Fujifilm hat den Wonder Photo Shop



*Originelle Bildprodukte zum Selbstgestalten sind ein wesentlicher Bestandteil des Konzepts.*

für selbständige Fotohändler entwickelt, die das Konzept nicht unbedingt in seiner ganzen Breite umsetzen müssen, denn es stehen drei individualisierbare Shop-Varianten zur Auswahl:

- ein komplettes Geschäft, das alle Angebote vom Kameraverkauf über die Kreativzone zum „Basteln“ bis zum Sofortdruck- und Großlaborterminal beinhaltet und am besten mit einem Fotostudio kombiniert wird
- ein Shop-in-Shop mit individuell ausgewählten Elementen des Konzepts
- eine Fotokiosk-Fläche innerhalb des bestehenden Geschäfts, die in erster Linie dem Sofortdruck oder Bestellung von Laborprodukten dient und wo als Ergänzung Dekorationsartikel, Passfotos, Sofortdruck und instax Produkte angeboten werden.

Auch beim Markenauftritt setzt Fujifilm auf individuelle Lösungen: Das Logo hat das gleiche Erscheinungsbild wie das der von Fujifilm betriebenen Original Wonder Photo



Shops, zeigt aber den Händlernamen und den Zusatz „Wonder Photo Shop Concept by Fujifilm“.

Ein wesentliches Element der Inneneinrichtung eines Wonder Photo Shops ist die Verwendung von Tafeln, die auf aktuelle Produkte und Services im Ladengeschäft aufmerksam machen, aber den Kunden auch Hinweise und Tipps für die Umsetzung ihrer Ideen geben. Diese Tafeln, die derzeit in Europa voll im Trend liegen, sind ein integraler Bestandteil aller Wonder Photo Shops weltweit.

„Das Wonder Photo Shop-Konzept bietet dem Fotohandel die Möglichkeit, den D.I.Y.-Trend für sich zu nutzen

**Fortsetzung auf Seite 30**



*Die ersten Wonder Photo Shops wurden weltweit in großen Metropolen eröffnet.*

## Fortsetzung von Seite 29

und die junge, attraktive Zielgruppe der Millennials an die Fotografie heran und in die Läden zu führen und langfristig an sich zu binden“, erklärte Bernd Gansohr, Geschäftsführer Fujifilm Imaging Systems und Vertriebsleiter Fujifilm Imaging Products & Solutions. „Wir wissen, dass Mehrwert-Anreize für den stationären Fachhandel essentiell sind, um auch in Zeiten der Digitalisierung attraktiv zu

### **IMAGE STUDIO** WONDER PHOTO SHOP CONCEPT BY **FUJIFILM**

*Das Logo des Geschäfts enthält den Namen des Händlers (dafür steht hier Image Studio) sowie den Hinweis auf das Wonder Photo Store Concept von Fujifilm.*

bleiben. Nicht zuletzt sorgen sie auch dafür, Kunden nicht nur zu binden – sondern sie auch zu begeistern!“

Wichtig sei, dass Fujifilm dem Fotohandel mit dem Wonder Photo Shop nicht einfach ein Konzept von der Stange anbiete, fügte Gansohr hinzu. „Wir erarbeiten mit den Interessenten zusammen eine individuelle Lösung, die seinen Stärken und seiner Kundenstruktur gerecht wird. Es gibt auch keinen Katalog von Verpflichtungen, die der Händler eingehen muss. Die einzige Verpflichtung, die wir von unseren Partnern erwarten, ist die Begeisterung für den Wonder Photo Shop und die Bereitschaft, dieses wegweisende Konzept wirklich zu leben. Unsererseits stehen wir den Handelspartnern mit kompetenter Beratung in den Bereichen Ladengestaltung und -bau, Ausstattung und Marketing zur Seite.“

Interessierte Handelspartner können sich unter der folgenden Email-Adresse für einen Besuch im Wonder Photo Shop anmelden oder im Vorfeld Fragen stellen: [vertrieb@fujifilm-imaging.eu](mailto:vertrieb@fujifilm-imaging.eu).