

## Fujifilm Sofortbildkamera instax Square SQ6

# Analog zum Quadrat

Mit der instax SQ6 bringt Fujifilm die erste analoge Sofortbildkamera für das quadratische Square-Bildformat auf den Markt. Gleichzeitig erweitert das Unternehmen die Filmpalette um zwei neue Produkte. Im Sommer soll eine globale Kampagne mit dem Popstar Taylor Swift den instax Hype weiter anheizen.



Die instax Square SQ6 gibt es ab Juni für 139 Euro (UVP) in den modischen Farbtönen (v. l.) Graphite Gray, Blush Gold und Pearl White.

Während die instax Square SQ10 mit ihren vielen digitalen Funktionen vor allem für kreative Kunden gedacht war, soll die instax Square SQ6 wirklich jede und jeden für unkomplizierte, spontane Sofortbilder im Square-Format begeistern.

Denn das Fotografieren mit der neuen Sofortbildkamera ist kinderleicht: Die automatische Belichtungssteuerung arbeitet mit dem Blitz zusammen, um die Verschlusszeit der Umgebungshelligkeit anzupassen und auch in Innenräumen den Hintergrund gut auszuleuchten. Mit dem Hell-Dunkel-Modus kann die Helligkeit der Fotos auch manuell beeinflusst werden. Der Landschafts-Modus macht Panorama-Aufnahmen zum Kinderspiel. Für gelungene Selbstportraits sorgt in Kombination mit dem integrierten Spiegel der Selfie-Modus, und kreative Geister

werden auch die Doppelbelichtung ausprobieren wollen. Als erstes instax Modell wird die instax Square SQ6 mit drei Aufsteckfiltern (Orange, Lila, Grün) für den Blitz geliefert. Sie laden die Anwender zum Experimentieren mit Farbeffekten ein.

Apropos Farbe: Die instax Square SQ6 gibt ab Juni für 139 Euro (UVP) in den modischen Farbtönen Pearl White, Blush Gold und Graphite Gray.



Als erstes instax Modell wird die instax Square SQ6 mit drei Aufsteckfiltern (Orange, Lila, Grün) für den Blitz geliefert.

### Neue Filme

Gleichzeitig mit der instax Square SQ6 führt Fujifilm zwei neue Filmvarianten ein: den instax Square-Sofortbildfilm im Doppelpack für 20 Aufnahmen zum Preis von 18,99 Euro (UVP) sowie den instax Square Black Frame, bei dem der typische Sofortbildrahmen nicht wie gewohnt in Weiß, sondern in edlem Schwarz gehalten ist. UVP: 10,99 Euro.

### Square ist in

Mit dem Square-Konzept hat Fujifilm im vergangenen Jahr den weltweiten Trend zu quadratischen Bildern aufgenommen und damit die Begeisterung vor allem junger Kunden für die Sofortbildfotografie weiter gesteigert. Für quadratische Bilder steht nicht nur das soziale Foto-Netzwerk Instagram,

das im vergangenen Jahr fast 600 Millionen aktive Nutzer verzeichnete und in diesem Jahr fast 700 Millionen erreichen will, sondern auch die Smartphone-Industrie. Denn zahlreiche Kameras in diesen Mobilgeräten bieten das Square-Format als Basisfunktion an. Auch Bilddienstleister, darunter natürlich die Fujifilm-Betriebe, haben immer mehr Bildprodukte im quadratischen Format in ihrem Sortiment. „Mit dem Square-Konzept befeuern wir nicht nur das Wachstum von instax Sofortbildkameras und Druckern weiter, sondern erzielen auch in anderen Kategorien positive Ergebnisse“, erklärte Bernd Gansohr, Geschäftsführer von Fujifilm Imaging Systems und Vertriebsleiter Fujifilm Imaging Products & Solutions. „Händler, die sich für dieses Format einsetzen,

gewonnen. Im Sommer dieses Jahres startet weltweit eine Kampagne mit der erfolgreichen Sängerin, Songschreiberin und Produzentin, die als zehnfache Grammy-Gewinnerin zu den derzeit beliebtesten Popstars gehört. Mit weltweit rund 300 Millionen Followern in den sozialen Medien hat die Künstlerin einen großen Einfluss auf junge Menschen und ist deshalb prädestiniert, ihre Fangemeinde für instax Sofortbilder zu begeistern. Denn der Star nutzt seit langem selbst die Sofortbildkamera, um Unikate mit dem einzigartig haptischen Gefühl eines echten Fotos zu produzieren. Fujifilm ist zudem Sponsor der Taylor Swift reputation Stadium Tour, die bereits mit dem ersten Konzert am 8. Mai in Glendale, USA, einen Besucherrekord erzielte. Bei den Kon-

**Fotoausstellung  
„Shoot.Print.Share @  
Inspire Printing“  
auf der photokina**

Unter dem Motto „Jedes Foto ist es wert, gedruckt zu werden“ wird Fujifilm auf der photokina vom 26. bis zum 29. September 5.000 Fotografien aus 27 europäischen Ländern präsentieren. Bis zum 31. Juli 2018 sind in Europa alle Foto-Begeisterten aufgerufen, ihr Foto via Upload auf [www.inspire-printing.eu](http://www.inspire-printing.eu) zur Verfügung zu stellen und so die Chance zu nutzen,



„Inspire Printing“ startete 2017 mit einer Ausstellung in Düsseldorf, auf der 279 Fotografien von Fujifilm Mitarbeitern aus ganz Europa präsentiert wurden.

Teil der Ausstellung zu werden. Als zusätzlichen Anreiz erhalten die ersten 5.000 Einsender ihr Bildmotiv kostenfrei auf Original Fujifilm Fotopapier als Fujifilm Fujiblox im Format 20x20cm.

„Inspire Printing“ startete in Europa 2017 mit einer ersten Ausstellung in Düsseldorf, auf der 279 Fotografien von Fujifilm Mitarbeitern aus ganz Europa präsentiert wurden. Das europäische Ausstellungskonzept „Inspire Printing“ gehört in den Kontext des im Laufe des letzten Jahrzehnts in Japan populär gewordenen Fotoevents „Photo Is“ von Fujifilm: Insgesamt über 280.000 Bilder wurden bislang im Rahmen dieses Projekts gesammelt und in mehreren Metropolen Japans ausgestellt.



Der Popstar Taylor Swift wird als Gesicht einer globalen Kampagne im Sommer noch mehr Aufmerksamkeit für instax Sofortbild-Fotografie erzeugen.

melden nicht nur Erfolge im Sofortbildgeschäft, sondern auch wachsende Umsätze mit quadratischen Smartphone-Bildern und weiteren Zubehör-Artikeln im Square-Format, darunter auch unser neues Shacolla-Produkt, mit dem es kinderleicht ist, Bilder praktisch überall anzukleben und bei Bedarf zu entfernen oder auszuwechseln.“

**Globale Kampagne**

Mit dem Topstar Taylor Swift hat Fujifilm eine internationale Musikikone für eine globale Partnerschaft

zerten in Stadien rund um die Welt werden besondere Aktionsstände aufgebaut, an denen die Fans instax live erleben können. Im Rahmen der Welttournee kommt die Taylor Swift reputation Stadium Tour am 20. und 21. November auch nach Tokio, wo der Mega-Event von Fujifilm instax präsentiert wird.

Rund um die Tour wird Fujifilm mit interaktiven, digitalen Markenkampagnen die Nachfrage nach instax Produkten weiter anheizen.

Weitere Informationen:  
[www.fujifilm-instax.de](http://www.fujifilm-instax.de)