

Fujifilm mit großem Auftritt auf der photokina



Mit Neuheiten wie der instax SQ6 bringt Fujifilm den digitalen Instagram-Boom auch in die analoge Welt.

Mit einem selbstbewussten Auftritt will Fujifilm auf der photokina seinen Anspruch unterstreichen, als weltweit größter Foto- und Imagingkonzern die gesamte Bandbreite des Imagings abzubilden. Dabei liegt ein wichtiger Schwerpunkt auf gedruckten Bildern und innovativen Fotoprodukten. Dazu gehören auch neue Lösungen, mit denen der Fotohandel die rasant steigende Zahl von Smartphone-Bildern in Umsatz verwandeln kann.

Inspirationen für den Druck

Natürlich wird auch das seit Jahren boomende Thema Sofortbild-Fotografie auf dem Fujifilm-Stand eine große Rolle spielen. In diesem Jahr wird die Zahl der in Deutschland verkauften instax Modelle die Millionengrenze überschreiten. „Immer mehr Menschen begeistern sich für das Sofortbild als entschleunigenden Gegenentwurf zur schnelllebigen Digitalwelt“, betonte Bernd Gansohr, Geschäftsführer von Fujifilm Imaging Systems und Vertriebs-

leiter Fujifilm Imaging Products & Solutions. „Es bietet nicht nur ein besonderes haptisches Erlebnis, sondern jedes Foto ist auch ein echtes Unikat.“ Mit den Kameras der instax Square Reihe hat Fujifilm aktuelle digitale Trends in die analoge Erfolgsgeschichte aufgenommen. Denn sie greifen mit ihrem quadratischen Bildformat die an Instagram & Co. geschulten neuen Sehgewohnheiten der Konsumenten auf. Nach der erfolgreichen Einfüh-

rung der hybriden Sofortbildkamera instax SQ10 hat Fujifilm darum in diesem Jahr mit der instax SQ6 nachgelegt und den Kunden mit neuen Filmvarianten wie dem instax Square Black Frame weitere kreative Möglichkeiten eröffnet. „Die Sofortbild-Fotografie ist längst viel mehr als ein Modetrend für junge Mädchen“, erklärte Marketingleiter Manfred Rau. „Mit unseren verschiedenen instax Modellen und zahlreichen Farbvarianten sprechen wir praktisch alle Zielgruppen an – vom fotografierenden Teeny bis zum technisch orientierten Fotoenthusiasten.“

Trends aus dem Labor

Aus den Großlabors von Fujifilm werden auf der photokina zahlreiche Fotoprodukte gezeigt. Ein besonderes Trendthema sind die Wanddekorationen, denn immer mehr Kunden machen ihre Bilder zu einem attraktiven und individuellen Blickfang im eigenen Zuhause. Vom Alu Dibond-Wandbild über das Leinwand-Triptychon bis zum Poster im Schattenfugenrahmen wird die Fujifilm Produktpalette praktisch jedem Geschmack und Geldbeutel gerecht. „Gerade im kommenden Weihnachtsgeschäft bietet unser Sortiment von hochwertigen Wanddekorationen dem Fotohandel die Chance für eine hohe Wertschöpfung“, erklärte Antoon Nuiten, Geschäftsführer von Fujifilm Imaging Products & Solutions. „Das funktioniert am besten, wenn man den Kunden die überzeugende Bildqualität durch die Präsentation von gelungenen Beispielen im Geschäft zeigt.“

SmartPrint: Sofortdruck für Smartphones

Mit SmartPrint stellt Fujifilm auf der photokina eine innovative Sofortdruck-Lösung vor, die es den Kunden besonders



Wanddekorationen mit Fotos liegen im Trend.

einfach macht, ihre Smartphone-Schnappschüsse in haptische Fotos zu verwandeln. „Rund 90 Prozent aller Aufnahmen werden inzwischen mit

Mobilgeräten gemacht“, betonte Bernd Gansohr. „Auch für Urlaubsfotos nutzen fast 70 Prozent der Deutschen ihr Smartphone; unter den 19 bis 29-jährigen sind es sogar 93 Prozent. Dabei zeigen Marktuntersuchungen, dass immer mehr Konsumenten von ihren Bildern auch schöne und vor allem gute Prints haben möchten. Genau dafür haben wir mit SmartPrint eine Lösung entwickelt, die das Bestellen von Fotos besonders komfortabel macht und den Gewohnheiten der Smartphone-Nutzer entspricht. Damit bieten wir unseren Kunden im Fotohandel die Möglichkeit, das riesige Umsatzpotential von Milliarden Bildern zu nutzen, die auf Mobilgeräten gespeichert sind.“ So funktioniert SmartPrint: Der Kunde lädt die App (kostenlos für iOS und Android) auf sein Smartphone, das dadurch zum Bestellterminal für Printaufträge wird. Dann wählt er mit einigen Fingertipps Motive, Formate sowie die Anzahl der Bilder aus und überträgt die Fotos in eine sichere Cloud, wo sie der bevorzugten



Das cloudbasierte SmartPrint-Konzept macht es Smartphone-Fotografen einfach, ihre Schnappschüsse zu drucken.

SmartPrint Station zugeordnet werden. Das funktioniert praktisch von jedem Ort der Welt aus, an dem es eine Mobilfunk- oder WLAN-Verbindung ins Internet gibt. Der Kunde scannt an der SmartPrint Station nur noch einen QR-Code und löst so den Druckauftrag aus. Dieser erfolgt mit den Frontier Inkjet Druckern von Fujifilm in gewohnt hochwertiger Qualität.

„Dieser Prozess nimmt die Gewohnheiten von Digital Natives auf“, erläuterte Manfred Rau. „So kann der Fotohandel mit SmartPrint jungen Zielgruppen den Wert des gedruckten Bildes vermitteln und neue Kunden für die Zukunft gewinnen.“

Für den Händler bedeutet das wenig

Die SmartPrint Station gibt es auch als platzsparendes Tischmodell.



Arbeit, denn im Grunde müssen nur hin und wieder Papier und Tinte nachgefüllt werden. Die Konfiguration übernimmt auf Wunsch der Fujifilm Order-It Live Service, der auch die Station überwachen kann.

Für die Hardware bietet Fujifilm verschiedene Versionen der SmartPrint Station an. Das kompakte Tischmodell SmartPrint Station C beansprucht wenig Platz auf oder hinter der Ladentheke; der Drucker kann separat platziert werden. Als Zusatzoption ist ein praktisches Rack für ein oder zwei Drucker im Angebot.

Die SmartPrint Station S integriert die Bestell-/Scan-Station und den Drucker in einem aufmerksamkeitsstarken Gehäuse, das ebenso wie die Station C in Lichtgrün gehalten ist.

Zur Markteinführung von SmartPrint wird es zudem Leasingangebote geben.

Weitere Informationen:

www.fujifilm-smartprint.de