

Interview mit Christopher Brawley, Fujifilm

Der Fotofachhandel bleibt im Fokus

Wie FOTOWirtschaft berichtete, hat Fujifilm sein Digitalkamerageschäft neu geordnet. In Europa soll Christopher Brawley, Managing Director Fujifilm Electronic Imaging Europe GmbH, das operative Geschäft betreuen. FOTOWirtschaft sprach mit ihm über seine Zielsetzungen und Strategien

■ **Fujifilm-Digitalkameras haben dem Unternehmen trotz herausragender Ausstattung nicht den erhofften Erfolg beschert. Woran lag dies und wie will die neue Vertriebsstruktur das ändern?**

Gerade im letzten Jahr hat sich bei unseren FinePix-Kameras ein Aufwärtstrend abgezeichnet – unser Marktanteil wächst und die Akzeptanz unserer Produkte im Handel, insbesondere im Fotofachhandel, steigt. Ab Oktober 2007 wird das Geschäft mit Digitalkameras und Zubehör von der Fujifilm Electronic Imaging Europe GmbH in Kleve betreut. Durch die europäische Ausrichtung im neuen Headquarter für Electronic Imaging wollen wir die Business to Consumer (B2C)-Kommunikation besonders ausbauen. Dies wird durch eine gezieltere Ansprache der Konsumenten erfolgen, und eine schnellere Reaktion auf die Trends in diesem schnelllebigen Markt. Möglich wird dies durch die direkte Anbindung unseres Unternehmens an die Electronic Imaging Division in unserer Hauptverwaltung Tokyo. Gleichzeitig ist natürlich wichtig, dass sich unsere Ansprechpartner im Vertrieb für den Kunden nicht ändern. Dafür wollen wir soweit wie möglich sorgen.

■ **Dass ausgerechnet das Imageprodukt Digitalkameras nicht mehr in der Holding beheimatet ist, hat mancherorts den Eindruck erweckt, Fujifilm könnte ein Paket schnüffeln, um diesen Bereich zu verkaufen oder zu schließen. Kann der Handel langfristig mit Fujifilm als Anbieter von Digitalkameras rechnen?**

Natürlich! Durch die Konzentration des Bereichs Electronic Imaging in einer europäischen Gesellschaft stärken wir unseren Bereich und können noch gezielter in der Vermarktung agieren. Gleichzeitig werden die Synergien am Standort Kleve, der Hauptverwaltung für die Recording Media Division, genutzt. Fujifilm ist schon seit 20 Jahren am Standort Kleve vertreten. In Kleve gibt es ein europäisches Zentrallager, das dafür sorgt, dass die Supply Chain zum Kunden weiter verbessert wird, dies halte ich für besonders wichtig. Letztendlich bedeutet das bessere Service für unsere Vertriebspartner.

■ **Fujifilm wurde in der Vergangenheit bei den Verbrauchern nicht unbedingt als Hersteller von Digitalkameras wahrgenommen. Wie wollen Sie das ändern?**

Gerade durch die Gründung einer eigenen Gesellschaft für den Consumer-Bereich, der sich ausschließlich mit Digitalkameras beschäftigt, können wir unsere Positionierung in Zukunft noch deutlicher herausarbeiten. Die eigenständige Organisation wird uns dabei helfen.

■ **Welche Vertriebskanäle werden Sie dabei bevorzugt nutzen? Welche Rolle spielt der Fotofachhandel in einer solchen Vertriebsstruktur?**

Wir werden weiterhin sowohl die Retail-Kanäle bedienen, als auch den traditionellen Fotofachhandel. Der Fotofachhandel ist dabei eine tragende Säule unseres Vertriebskonzepts.

■ **Warum sollte der Fotofachhandel gerade Fujifilm-Digitalkameras führen?**

Fujifilm bietet mit den aktuellen FinePix-Kameras das stärkste Line-up an Digitalkameras seit je. Wer sich bisher für das Zusammenspiel aller Komponenten bei unseren Kameras und höchste Lichtausbeute begeistert hat – das FinePix-Forum und zahlreiche Qualitätsauszeichnungen sind Zeuge davon – findet jetzt auch das, was die Masse überzeugt: eine eindrucksvoll hohe Pixelzahl, den optischen Bildstabilisator, 18fach-Zoom und eine Gesichtserkennung, die branchenweit führend ist.

Wir bieten dem Handel dazu kommerziell attraktive Konzepte, wie z. B. unser Fachhandelskonzept „FinePix 4 You“, das wir bereits seit mehr als einem Jahr erfolgreich umsetzen. Wir richten uns hiermit an Handelspartner aus dem stationären, dienstleistungsorientierten Fotofachhandel. Händler haben im Rahmen dieses Konzepts die Möglichkeit, auf Basis einer partnerschaftlichen Kooperation eine attraktive Handelsspanne zu erzielen. Das „FinePix 4 You“-Konzept hat sich bewährt, zahlreiche Fotofachhändler partizipieren daran. Wir führen es von Kleve aus fort.

■ **Wie wird zukünftig das Konditionensystem für den Fachhandel aussehen – ändert sich etwas?**

Das jetzige Konditionensystem bleibt weiter bestehen. Im übrigen werden in diesem System die Leistungen des Fachhandels – vor allem auch durch das „FinePix 4 you“-Konzept – honoriert.



■ **Mit welchen verkaufsfördernden Maßnahmen will Fujifilm zukünftig den Handel beim Abverkauf unterstützen?**

Wir haben bisher sehr erfolgreich Personal-Promotions durchgeführt – speziell geschulte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stehen auf Wunsch dem Handel zur Verfügung und unterstützen direkt vor Ort den Abverkauf. Dieses bewährte Konzept werden wir beibehalten – übrigens in vielen Fällen mit denselben Mitarbeitern, die ja bestens eingearbeitet sind. Zudem wird es gemeinsame Messeauftritte geben, ein Beispiel ist die Ringfoto-Messe Anfang Oktober.

■ **Wird es auch Schulungen für den Fachhandel und für Endverbraucher geben?**

Es hat sich in der Vergangenheit sehr bewährt, Schulungen über unsere Promotoren durchzuführen. Diese Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind bestens ausgebildet und außerordentlich engagiert. Dies werden wir beibehalten und auch bei der Fujifilm Electronic Imaging Europe GmbH fortführen.

■ **Welche Werbemittel stehen dem Einzelhandel zur Verfügung?**

Verkaufsförderungsmaterial wie zum Beispiel Broschüren und Werbemittel werden wir dem Fotofachhandel auch künftig anbieten. Bei den gedruckten Materialien betonen wir unsere Innovationsstärke und liefern Argumente, was FinePix-Kameras von der Masse unterscheidet.

■ **Europa ist weltweit der größte Markt für Digitalkameras. Welchen Einfluss hat die neu gegründete Vertriebsorganisation auf die Produktentwicklung?**

Ein schnelleres Feedback aus den Märkten ist jetzt durch unsere direkte Anbindung an die Electronic Imaging Division in Tokyo möglich. So können wir Kundenbedürfnisse noch schneller in die Produktentwicklung einfließen lassen.

■ **Fujifilm hat sich leider nahezu ganz aus dem professionellen Digitalkamerassegment zurückgezogen. Macht es Sinn, mit einer einzigen digitalen SLR-Kamera ohne Objektivprogramm weiter in diesem Markt zu bleiben?**

Unsere FinePix S5Pro ist eine hervorragende Kamera, die einen klaren USP bietet, den insbesondere Profi-Fotografen zu schätzen wissen: Ein größerer Dynamikbereich, ausgewogene Bilder auch bei extremen Lichtverhältnissen. Zahlreiche Profis haben uns das bestätigt. Gerade erst haben wir für diese Kamera den prestigeträchtigen EISA Award bekommen.

■ **Wird die neue Vertriebsform schon im Weihnachtsgeschäft greifen?**

Natürlich. Wir übernehmen das Geschäft ab 1. Oktober und sind voll auf das Weihnachtsgeschäft eingestellt. Gleichzeitig starten wir eine Produktoffensive mit unseren neuen Kameras Z10fd, F50fd, S8000fd, F480, Z100fd – die im übrigen auch von unseren Kunden positiv aufgenommen wurden.

■ **Welche Ziele haben Sie sich kurzfristig, welche langfristig gesetzt?**

Kurzfristig wollen wir mit unserer Produktoffensive im Herbst und Weihnachtsgeschäft erfolgreich sein und die neuen Features wie zum Beispiel die umfassende und führende Face Detection 2.0 dem Kunden nahe bringen. Langfristig wollen wir eine Marktstellung erreichen, die unseren herausragenden Kameras entspricht!