

**NORITSU** *Die Zukunft printet beidseitig*

**Fotomehrwert**

**NORITSU  
D1005 HR**



# *imaging* markt

Das Kundenmagazin der Mümken Sales GmbH für Digital Imaging



*Frequenzbringer*

Neues Noritsu-Duplex-Trockenlab QSS Green



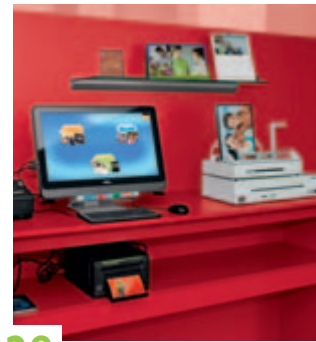
**5** Wie es gelingt, als Fotohändler gelassen erfolgreich zu verkaufen, das verrät der Züricher Unternehmer Edgar Fuchs. *Abb.: fe*



**13** Sie ist genau richtig, wenn es darum geht, auf kleiner Fläche viel Umsatz und Ertrag zu erwirtschaften. *Abb.: NK Works Co., Ltd.*



**18** Dass Foto und Telekommunikation sehr wohl eine nach wie vor fruchtbare Allianz bilden können, erklärt der Firmeneigner. *Abb.: Nüesch photo & communication*



**28** Nicht allein die Ausarbeitungsgeräte zählen. Nicht minder wichtig ist die Peripherie. Details nennt der Bericht. *Abb.: fe*

### 3 Position

#### Generation Minilab 3.0

Dipl.-Ing. Thomas Mümken

### 5 Händlergespräch

#### Kunden die Wahl lassen

Fuchs Foto Video, Das Multimediacentrum, Zürich/Schweiz

### 13 Neuvorstellung

#### Frequenzbringer

Neues Noritsu-Duplex-Trockenlab QSS Green

### 18 Anwender

#### In Topform

Nüesch photo & communication, Heerbrugg/Schweiz

### 28 Equipment

#### Gezielt ergänzen

HPT-Kiosk Dell, Sinfonia CS2, Opus-Bindesystem, IdPhotos Pro

## Impressum

### > Herausgeber

Dipl.-Ing. Thomas Mümken Sales GmbH  
Gutenbergstraße 214, 47798 Krefeld  
Telefon 0 21 54-91 57 30  
Telefax 0 21 54-91 57 39  
info@ditms.de, www.ditms.de

Amtsgericht Krefeld, HRB 13218  
IBAN DE65 3205 0000 0000 2032 57  
Geschäftsführer  
Dipl.-Ing. Thomas Mümken

### > Redaktion

Dipl.-Ing. Thomas Mümken  
(verantwortlich)  
Telefon 0 21 54-91 57 30  
thomas.muemken@ditms.de

Heinz-Joachim Fehl  
Telefon 0 21 54-91 57 30,  
joachim.fehl@ditms.de

### > Redaktionsanschrift

Redaktion Imaging Markt  
Dipl.-Ing. Thomas Mümken Sales GmbH  
Gutenbergstraße 214  
47798 Krefeld

### > Anzeigen (verantwortlich)

Dipl.-Ing. Thomas Mümken

> Design, Produktion und Druck  
vimeo – Die Medien-Experten. Krefeld  
www.vimeo-medien.de

### > Erscheinungsweise

zweimal im Jahr

### > Titelbild

NK Works Co., Ltd.

© Dipl.-Ing. Thomas Mümken Sales GmbH, 47798 Krefeld

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche – auch auszugsweise – Verwertung, wie Vervielfältigung, Verbreitung in elektronischer Form, Speicherung in Datenbanksystemen oder Inter- und Intranets, ist ausschließlich mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers, Dipl.-Ing. Thomas Mümken Sales GmbH, Gutenbergstraße 214, 47798 Krefeld, und Urhebervermerk zulässig. Erfüllungsort und Gerichtsstand: 47798 Krefeld.

**Hinweis:** Die in dieser Publikation verwendeten Soft- und Hardwarebezeichnungen sowie Firmennamen, Logos, Markennamen und Produktbezeichnungen der jeweiligen Firmen unterliegen durchweg warenzeichen-, marken- und/oder patentrechtlichem Schutz.



► Dipl.-Ing. Thomas Mümken mit einem Panoramabild, das mit einem Noritsu D1005 HR ausgegeben worden ist. Abb.: fe

# Generation Minilab 3.0

## Vom Standardformat zum Bildmehrwertprodukt

In der Rückbetrachtung erscheinen uns Vorgänge völlig logisch, die zum Zeitpunkt der Entscheidung keineswegs so klar waren. Das mehr oder weniger kalkulierbare Risiko macht das Entscheiden denn auch so schwer.

Ein Beispiel aus unserer Branche. Vor 30 Jahren ging es dem Fotohändler, der sich ein Minilabgerät anschaffte, um den Einstunden-Bilderservice von Filmen. Das war quasi die Minilab-1.0-Phase. Mit Aufkommen der digitalen Fotografie in den 90er Jahren wurde „Minilab 2.0“ erreicht. Nun bot der Selbstverarbeiter seinen Kunden den Stundenservice für Bilder von digitalen Daten an. Mit dem Schwinden der Bilder und der Zunahme

der Fotomehrwertprodukte hat der Selbstverarbeitermarkt die dritte Phase, nämlich „Minilab 3.0“, erreicht. Auch technisch vollzog sich ein Wandel. Im Fotofachhandel und bei Fotografen ist das fotochemische Minilab kein Thema mehr. So hat der europaweit in 18 Ländern agierende Krefelder Noritsu-Distributor, die DITMS, seit mehr als zwei Jahren kein Nasslab mehr an selbstverarbeitende Fotofachhändler oder Fotografen geliefert. Vielmehr werden bei Austausch wie Neuinstallation ausschließlich trockene Duplexlabs aufgestellt. Denn die aktuellen Noritsu-Modelle, die alle ein- und beidseitig printen können, bieten dem Selbstverarbeiter die komplette Produktionsvielfalt vom Standardbild bis zum

Fotobuch. Vielmehr bieten selbst die neuesten Trockenlabs anderer Geräteanbieter, die lediglich einseitig ausgeben können, kein größeres Ausarbeitungsspektrum als zuvor die fotochemischen Minilabmodelle. Die lukrative Bildmehrwertproduktion – und damit die Zukunft des Bildergeschäfts – ist und bleibt Betreibern von nur einseitig printenden Maschinen verwehrt.

Lohnt sich unter diesen Voraussetzungen der Austausch des vorhandenen gegen ein neues Nicht-Noritsu-Gerät? Ist das eine technisch wie kaufmännisch richtige Investition? Wohl kaum, sei das Neue auch noch so preisgünstig, denn die Standardbild-Mengen werden weiter

sinken und bestenfalls auf einem sehr niedrigen Niveau stagnieren. Dagegen steigen Nachfrage und Fertigung von Bildmehrwertprodukten von Jahr zu Jahr beachtlich, wie beispielsweise die jährlich veröffentlichten Zahlen des größten europäischen Großfinishers verdeutlichen. Demnach macht er mit Bildmehrwertprodukten, die er erst innerhalb der letzten fünf Jahre in sein Vertriebsprogramm aufgenommen hat, inzwischen 38 Prozent seines Umsatzes. Folglich verzichtet ein Selbstverarbeiter auf 38 Prozent Bilder(mehr)umsatz, wenn er mit seinem vorhandenen Ausarbeitungsgerät lediglich – einseitig printend – Bilder herstellen kann. Das gelingt ihm auch ohne ein Neugerät, solange das vorhandene Nass- oder Trockenlab noch funktioniert.

Für Selbstverarbeiter, die investieren (wollen), stellt sich die Frage, ob „nass“ oder „trocken“ ebensowenig, wie die nach der Möglichkeit, nur einseitig oder doch beidseitig ausgeben zu können. Die Option des Duplexbetriebs ist kein nettes Beiwerk. Vielmehr ist sie ein Muss, das heute und zukünftig der Garant für den Erfolg im Bildergeschäft des selbstverarbeitenden Fotofachhändlers wird. Deshalb bietet die Krefelder DITMS in ihrem großen, länderübergreifenden Vertriebsgebiet Fotofachhändlern und Fotografen nur noch Noritsu-Trockenlabs mit Duplexfunktion an. Und: Noritsu selbst – der einzige Nur-Minilabgerätehersteller, der bereits 2002/2003 mit dem dDP-411 das weltweit erste marktreife Inkjetlab vorgestellt hat – baut inzwischen alle seine Trockenmodelle nur noch mit Duplexfunktion. Warum wohl?! Schließlich täte man sich im weltweiten Wettbewerb mit den wenigen verbliebenen Konkurrenten leichter, wenn man weiterhin einfach preiswertere einseitig printende Geräte produzieren würde.

Doch jedes Produkt ist nur so gut wie der Nutzen, den der Käufer während der Einsatzzeit davon hat. So kann der Betreiber eines QSS Green oder eines anderen aktuellen Noritsu-Inkjet-Modells

nicht nur die meisten Standardformat-Bilder, sondern auch viele Bildsonderprodukte kurzfristig und in allerbesten Fotoqualität selbst ausarbeiten. Das macht den Fotohändler, den Fotografen bei der Bildproduktion autark und bei den Bildkunden beliebt. Durch den mehrgleisigen Service – individuell, gut, schnell, kompetent – unterscheidet er sich deutlich von Wettbewerbern, die nur über sehr begrenzte Eigenverarbeitungsmöglichkeiten verfügen und den größten Teil ihrer „standardisierten“ Fotoarbeiten von Fremdanbietern ausarbeiten lassen müssen. Wie der bekannte amerikanische Fotojournalist Don Franz in der Ausgabe 2/2012 der „Photofinishing News“ veröffentlicht hat, würden einer Befragung zufolge 25 Prozent aller Fotobuchkunden ihr Fotobuch gern „sofort“ mitnehmen, wenn sie die Möglichkeit dazu hätten. Weshalb sollte ein Bildkunde den Fotofachhändler aufsuchen, wenn er die gleichen Produkte und den gleichen Service auch im Drogeriemarkt, im Technikmarkt oder via Internet bekommen kann? Weil ihm der selbstverarbeitende Fotofachhändler seines Vertrauens eben weit mehr – siehe weiter oben – bietet als nur „bunte Bildchen“ in Selbstbedienung. Deshalb sind der aktive, gut aufgestellte Fotofachhandel und die qualifizierte Eigenverarbeitung auch weiterhin gefragt – und erfolgreich, wie die Interviews mit zwei sehr unterschiedlich agierenden Fotofachhändlern aus der Schweiz – ab den Seiten 5 und 18 eindrucksvoll belegen.

Darüber hinaus bietet Ihnen diese Ausgabe etliche weitere aktuelle Informationen rund um Ihr Bildergeschäft. Auf dass es Ihnen hilft, mit „Minilab 3.0“ mutig und gelassen Ihre geschäftliche Zukunft zu planen.

Zum Schluss noch ein Hinweis in eigener Sache. Aus gutem Grund auf Kontinuität bedacht, haben wir das Layout dieses Magazins seit der ersten Ausgabe, die im Frühsommer 1997 erschienen ist, nur behutsam verändert. Mit dem ersten Heft dieses Jahres haben wir es abermals angepasst und hoffen, dass es Ihnen gefällt. Für Ihr Lob wie Ihre Kritik haben wir stets ein offenes Ohr – bezüglich des Layouts wie inhaltlich. Gern greifen wir Ihre Anregungen auf, um diese Kundenzeitung für Sie noch interessanter zu machen. Danke!

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen viele Anregungen bei der Lektüre dieser neuen „Imaging Markt“-Ausgabe.



Ihr Thomas Mümken



➤ Alle Geräteabb.: NK Works Co., Ltd.



*Edgar Fuchs ist lupenreiner Fotofachhändler aus Leidenschaft. Seit nunmehr 36 Jahren betreibt er sein Fachgeschäft in Zürich-Enge konsequent mit einem Nur-Foto-Sortiment. Gleichwohl geht er mit der Zeit, was sein individuelles Geschäftsmodell belegt. Hauptumsatzbringer ist das Gerätegeschäft. Doch seit 2012 baut er auch sein stark geschrumpftes Bildergeschäft wieder aus.*

➤ Unternehmer Edgar Fuchs ist seit 1977 als selbständiger Fotohändler in Zürich aktiv. Abb.: Fuchs Foto Video

# Kunden die Wahl lassen

## Fuchs Foto Video, Das Multimediacenter, Zürich/Schweiz

### Seit wann und warum betreiben Sie die Selbstverarbeitung?

Seit 1986. Unseren Kunden stets ein umfassendes, kompetentes Fachhandels-sortiment zu bieten, ist wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie. Damals wurde das Bildergeschäft noch vom Filmmaterial gespeist, was dieses Segment sehr attraktiv machte. Mit der digitalen Fotografie ging ein gewaltiger Einbruch bei den Fotoarbeiten einher. Dennoch haben wir vor Jahren noch ein digitales Noritsu-QSS-Minilabgerät angeschafft, um den gewohnten Service – und damit unsere Idee des runden Angebots – beibehalten zu können.

### Und diese Investition hat sich für Sie gelohnt?

Ja, auch wenn das Bilderaufkommen, der Umsatz und die Rendite weit hinter den Werten zurückgeblieben sind, die

wir aus der Analogzeit gewohnt waren. Einst gab es zig Minilabgeräte in Zürich, nach und nach wurden es immer weniger. Heute sind's vielleicht noch vier oder fünf. Die reichen aus, um den Bedarf der entsprechenden Bilderkunden zu decken. Wir sind uns treu geblieben, waren ununterbrochen dabei. Das wissen die Kunden.

### Warum haben Sie sich im November 2012 mit dem Noritsu D1005 HR ein Inkjet-Gerät zugelegt?

Wir bieten unseren Kunden Spezielles, so dass sie einen Grund haben, immer wieder zu uns zu kommen. Dazu gehören eine echte Auswahl, hervorragende Bildprodukte, guter, schneller Service. Diese Thermosubdruckerchen sind mir zu minimalistisch. Die findet der Konsument im Bahnhof und bei Großverteilern, aber nicht bei uns. Als Fotofachhändler möchte ich etwas Professionelles, mit dem wir



➤ Auffallend ist die Bilderleiste am Gerätetresen. Abb.: fe



➤ Auch im Zubehörbereich präsentiert man Bilder. Abb.: fe



unseren Kunden mehr Produkte und Variationen in bester Fachhandelsqualität bieten können. Ein aktuelles Ausarbeitungsgerät eben, das ein möglichst großes und aktuelles Fertigungsspektrum einschließlich Duplexfunktion bietet. Wichtig war mir auch, dass es sich leicht bedienen lässt, den Mitarbeitern die Arbeit vereinfacht, damit sie auch Freude daran haben, die verschiedenen Bildprodukte zu verkaufen. Wäre das Umstellen und Ausarbeiten kompliziert, wären die Mitarbeiter genervt, und sie würden diese Bildprodukte erst gar nicht anbieten. Weil das D1005 HR unseren Vorstellungen am nächsten kam, haben wir uns für das Gerät entschieden.

**Würden Sie bei einer Neuanschaffung wieder ein beidseitig printendes Gerät wählen?**

Unbedingt! Alles andere wäre für mich ein Rückschritt. Wir haben uns damit Optionen gekauft, die wir nach und nach alle nutzen, sobald wir die für unsere Kunden wie für uns optimalen

Lösungen gefunden haben. Schließlich wollen wir die verschiedenen Bildprodukte dann über einen längeren Zeitraum unverändert anbieten.

**Sie betreiben aber nach wie vor zwei Geräte, das ältere QSS-Nasslab und das neue Inkjet-Modell?**

Beide sollen unser Gesamtangebot ergänzen und abrunden. Man kann gut digitale Kameras mit zusätzlichen Dienstleistungen verbinden. Das Fotochemische ist noch technisch einwandfrei und arbeitet zuverlässig. In Kombination mit dem D1005 HR können wir unterscheidbare Produkte fertigen. Unsere Ausarbeitungspalette – und somit auch die Auswahl für unsere Kunden – ist insgesamt erheblich größer als zuvor und auch größer als beim Solobetrieb des Trockenlabs. Die Minilabs weiten unsere Möglichkeiten aus: durch den beidseitigen Druck, durch ständige Verfügbarkeit aller Formate und Oberflächen. So können wir dem Kunden noch die Wahl bieten. Durch unsere



> Anhand solcher Bildmuster macht man Kunden auf qualitative Unterschiede von RAW- und JPEG-Bilddaten aufmerksam und wirbt zugleich für großformatige Bilder. *Abb.: fe*

> Gegenüber des Eingangs befindet sich die Bilderzone. Am Ende des Gangs (rechts) ist das Labor mit dem QSS-3302. *Abb.: fe*

Vielseitigkeit sind wir eine Alternative zu den Großverteilern.

### Besteht damit nicht die Gefahr, sich in Individualaufträgen zu verzetteln?

Keineswegs! Wir haben ein klar differenziertes und von uns herausgestelltes Bilderangebot, das unsere Kunden primär nutzen. Darüber hinaus können wir bei Bedarf eben auch individuelle Bilderwünsche erfüllen.

### Wie haben Sie Ihr Kernangebot gestaltet?

Es besteht aus Bildern in 9er, 10er, 13er Standardformaten in zwei Produktlinien. Die hochwertigen „Premium“-Bilder, unsere besten, fertigen wir ausschließlich mit dem Inkjet-Gerät. Unsere „Eco“-Bilder produzieren wir mit dem fotochemischen Minilabgerät. Beim Verkauf – und an den Terminals – weisen wir auf beide Linien hin. Hat der Kunde die Wahl, tendiert er zum Besseren. Das Inkjet-Bild unterscheidet sich vom fotochemischen Bild durch den größeren

Farbraum des Inkjet-Prints. Dieser Qualitätsunterschied ist – motivabhängig – meistens gegeben. Wegen der unterschiedlichen Papiere unterscheiden sich die Bilder auch haptisch. Als dritte Linie bieten wir unter der Bezeichnung „Panorama“ entsprechende Panorama-prints an, die wir ausschließlich mit dem D1005 HR fertigen.

### Das reicht als Differenzierung aus, Ihre Kunden zum Kauf des besten Bildes zu veranlassen?

Zu der Wahl trägt auch bei, dass wir viele Kunden bedienen, die bei uns eine hochwertige Kamera gekauft haben. Es werden ja längst nicht mehr so viele Bilder wie zur Analogzeit bestellt. Die Kunden wählen aus der Vielzahl ihrer Aufnahmen schon gezielt aus. Der größte Teil landet auf einem Datenträger, in einer Cloud und wird am Fernseher oder Monitor betrachtet. Aber bei den Bildern, die geprintet werden, entscheiden sich die allermeisten Kunden dann schon für unsere Premiumlinie.

### Kurzinformation Stadt Zürich

- > Kanton Zürich
- > Lage am nördlichen Zürichsee
- > Gesamtfläche 91,9 km<sup>2</sup>
- > Einwohner insgesamt (4. Quartal 2012) 394.012
- > Ausländeranteil 31,3 Prozent aus 169 Nationen
- > Beschäftigte (3. Quartal 2012) 378.100
- > Arbeitslosenquote 3,8 Prozent
- > Quartier Zürich-Enge
- > Lage südlich der Innenstadt
- > Fläche 2,4 km<sup>2</sup>
- > Einwohner (2011) 8.684
- > Arbeitsstätten 1.676
- > Beschäftigte 28.362
- > Quellen  
Internetseiten des Kantons und der Stadt Zürich ([www.zuerich.ch/](http://www.zuerich.ch/) / [www.stadt-zuerich.ch](http://www.stadt-zuerich.ch))



➤ Seit November 2012 betreibt Edgar Fuchs das „Noritsu D1005 HR“-Gerät. Abb.: fe

### Wie forcieren Sie Ihr bestes Bild im Verkauf?

Ich lehne bedrängendes Hochverkaufen grundsätzlich ab. Die Konsumenten werden von vielen Anbietern häufig mit Floskeln, wie Mengenbeschränkungen und fadenscheinigen Preisvergünstigungen, zum schnellen Kaufen genötigt. Das durchschauen die Verbraucher immer öfter und reagieren verständlicherweise verständlicher Weise verärgert. Sie sind inzwischen emanzipiert. Wir überschütten den Kunden nicht mit Informationen und Argumenten, sondern wir bleiben gelassen. Wir begrüßen ihn höflich, fragen ihn nach seinen Wünschen und bieten kurz und knapp unsere fachliche Hilfe an. Dann lassen wir dem Kunden Zeit, sich zu orientieren und sich zu äußern. Wenn er fragt, bekommt er

„Die Kunden finden es gut, wählen zu können.“

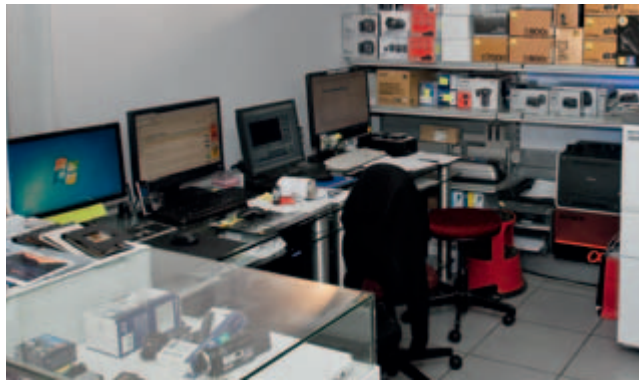
immer eine qualifizierte Antwort von uns. Wir sagen ihm eigentlich nur, was er bei uns wählen kann. Beim Kameraverkauf verdeutlichen wir anhand identischer RAW- und JPEG-Musterbilder, welche qualitätsverbessernden Reserven das RAW-Format bei der Bildwiedergabe bietet. Mit den gleichen Mustern machen wir das auf Nachfrage auch Bilderkunden klar. Prints von RAW-Daten können wir nur mit dem D1005 HR ausgeben. Viele Bilderkunden verblüfft der erkennbare Vergleich. Auch deshalb wählen sie unser Bestes. Da bedarf es keiner Überredungskunst von uns.

### Zu welchen Preisen?

Den vergleichsweise wenigen Kunden, die nach dem Bildpreis fragen, sagen wir, dass sie von uns ein Bild zum günstigen



➤ Rechts vom Eingang breitet sich u-förmig die große Gerätezone mit Tresen und Vitrinen aus. *Abb.: fe*



➤ In Griffnähe steht die Ware bereit. In diesem Teil des Gerätebereichs sind auch das neue Inkjet-Lab und die vier EBV-Arbeitsplätze für Kunden sichtbar untergebracht. *Abb.: fe*



➤ Auffallend und übersichtlich sind die verschiedenen Fotobuchmuster auch im Geschäft ausgelegt. *Abb.: fe*

Preis oder in bester Qualität bekommen können. Es ist erstaunlich, wie viele Kunden dann das Beste verlangen. Vier Fünftel aller Bilder, die wir fertigen, sind Premiumbilder. Das fotochemische „Eco“-Bild ist 30 bis 50 Prozent günstiger als das Inkjet-Premiumbild, für das wir beim 10 cm × 15 cm einen Franken, beim 13 cm × 18 cm 1,10 Franken berechnen. Am meisten printen wir immer noch Bilder, vermutlich weil es einfacher ist und schneller geht.

### Wie stark ist die Nachfrage nach großformatigen Bildern?

Mehr als bei den Standardformaten ist sie bedarfsabhängig. Wer Poster oder Panoramagroßprints bestellt, hat einen konkreten Anlass. Beispielsweise, weil ihm ein Motiv so gut gefällt, dass er es in seiner Wohnung oder am Arbeitsplatz aufhängen möchte. Entsprechend ge-

rahmt, plaziert und beleuchtet, entfalten große Bilder immer noch eine faszinierende Wirkung, wie Fotoausstellungen immer wieder eindrucksvoll beweisen. Virtuell ist es nicht dasselbe. So erntet der Amateurfotograf Bewunderung für seine Werke. Das möchte er auch, denn die wenigsten Amateure fotografieren nur für sich. Sie suchen, wie jeder Mensch, die Anerkennung. Am häufigsten werden größere Bilder in A4 bestellt, weil das ein gängiges, handliches Format ist.

### Differenzieren Sie Ihr Bilderangebot auch beim Service?

Bei den Großanbietern bleibt dem Konsumenten nur die Selbstbedienung. Bei uns kann er, sowohl beim Eco- als auch beim Premiumbild ohne Preisauf- oder -abschlag, zwischen drei Servicemöglichkeiten wählen. Er kann die Bild-

bestellung an einem der Terminals allein selbst vornehmen oder mit unserer Assistenz. Ebenso kann er uns einfach seinen Bilddatenspeicher übergeben, seine Bilderwünsche nennen, und wir erledigen alles weitere für ihn. Wir steigern die Attraktivität unseres Bilderangebots durch Wahlmöglichkeiten für den Kunden, durch Zuverlässigkeit und Schnelligkeit. Nicht aber über den Preis! Den vergisst der Kunde sehr schnell, wenn er rundum zufrieden war. Wir orientieren uns als Konsumenten ja ebenso: hat es gut geklappt, gehen wir gerne wieder zu dem Anbieter. Über einen niedrigeren Bildpreis das Bildergeschäft nachhaltig beleben zu wollen, ist für mich als Fotofachhändler weder ein attraktives noch ein erfolgversprechendes Geschäftsmodell. Bei einem reinen Preiswettbewerb mit den Großanbietern kann ich nur verlieren – im



➤ Auch das gehört selbstverständlich längst zur Bild-Wiedergabe. Abb.: fe

Bilder- wie im Gerätegeschäft muss man das Angebot oder die Dienstleistung differenzieren.

### **Wie praktizieren Sie „Zuverlässigkeit“ und „Schnelligkeit“?**

Bestellt ein Kunde nur wenige Bilder, kann er aufs Fertigstellen der Prints im Geschäft warten. Bei umfangreicheren Aufträgen wissen die meisten Kunden, dass die Produktion mehr Zeit in Anspruch nimmt. Das stört sie auch nicht, denn den meisten ist die gute Bildqualität wichtiger als eine schnelle Lieferung. Mit diesen, wie auch mit Kunden, die uns termingebundene Eilaufträge übergeben, stimmen wir den Abholtermin bei Auftragsannahme ab. Gleich um welche Art Auftrag es sich handelt, uns ist das Zuverlässigkeitskriterium „Termintreue“ sprichwörtlich „heilig“.

### **Können Ihre Kunden Bilder und Bildmehrwertprodukte auch online bei Ihnen bestellen?**

Ich will den Bilderumsatz vergrößern, aber kein großes Onlinelabor betreiben. Wir müssen die Onlinebildbestellung anbieten, damit Kunden aus dem Büro noch schnell Bilddaten schicken können. Über „High Photo Transfer“, das tadellos funktioniert, ist das unseren Kunden durchaus möglich. Allerdings könnte die

Übertragungsbandbreite gewisser Netzbetreiber hier in Zürich besser sein. Bis auf einige unserer ehemaligen Mailorder-Kunden, die geblieben sind, ist der Anteil der Kunden, die Bilder online bei uns bestellen, noch recht gering.

### **Wie bieten Sie Fotomehrwertprodukte an?**

Wir haben an prominenten Stellen im Geschäft und auch im Schaufenster verschiedene Muster ausliegen. Bei Aktionen sprechen wir die Leute an. Aber eigentlich sollen sie es selber sehen, und dann fragen. Wir haben gelernt, relativ zurückhaltend zu verkaufen. Die Kunden sollen das Gewünschte schon selber wollen. Fragen Kunden nach, signalisieren sie im Gespräch generelles oder gezieltes Interesse daran, gehen wir individuell darauf ein. Dann zeigt sich rasch, ob ein Kunde sich erst einmal nur einen Überblick verschaffen will, oder ob er konkrete Wünsche oder Vorstellungen hat. Wir achten darauf, unsere Ressourcen so einzusetzen, wie es am sinnvollsten ist. Das heißt, wir kümmern uns primär um den Kunden, aber ohne ihn zu bedrängen.

### **Welche selbstproduzierten Fotobücher offerieren Sie, und welche gehen am besten?**

Anhand der ausliegenden Muster kann der Kunde zwischen verschiedenen



**Der Beste der Besten!**

Höchste Schärfe und Brillanz! Holen Sie alles aus Ihrer Kamera raus, auch direkt ab Ihren RAW-Daten für noch mehr Schärfe!

Am Besten



**Traditionelle Chemie-Verfahren!**

Seit X Jahren bewährt ... das Chemieverfahren! Bilder die fast nicht verbleichen in Hochglanz-Qualität und das Ganze zu einem guten Preis.

Besser



**Der DO-IT-YOURSELF-Drucker!**

Thermosublimation ermöglicht einfache Qualität mit kleinen Druckern.

Gut

► So bewerten die Züricher die Qualitätsunterschiede im Schaufenster.

Formaten und Ausführungen wählen. Schnell zu fertigen und praktisch in der Handhabung sind beispielsweise Promaxx Clix'Pixx und Spiralalben. Wir wägen vorab immer ab, welche Artikel und Leistungen wir anbieten. Ständig Neues zu offerieren, immer wieder zu wechseln, ist nicht verkaufsfördernd. Wenn die Kunden sich an etwas gewöhnt haben, dann sollten sie es auch längere Zeit bestellen können. Kontinuität ist mir auch in diesem Punkte wichtig.

**Welchen Umfang hat Ihr Bildergeschäft, und wie entwickelt es sich?**

Da wir unser Bilderangebot mit Installation des D1005 HR erst im November 2012 erweitert haben, ist der Anteil des Bilderumsatzes am Gesamtumsatz noch vergleichsweise „unterentwickelt“. Nach dem starken Einbruch des Bildergeschäfts durch die Digitalfotografie ist es nun an der Zeit, es wieder zu beleben, denn wir haben einen Tiefpunkt erreicht, auf den man wieder aufbauen kann. Wir haben all die Jahre Kontinuität gewahrt und bieten den Kunden nun darüber hinaus auch Wahlmöglichkeiten und Spezielles an. Zwar wird der Bilderumsatz nicht mehr die Höhen erklimmen,

die er zur besten Analogzeit hatte, aber wir sind zuversichtlich, ihn in diesem und im nächsten Jahr gegenüber dem Vorjahr jeweils verdreifachen zu können. Die Konsumenten sind heute so sprunghaft, aber wenn man als Händler etwas Gutes hat, dann kann man sie auch wieder zurückholen.

**Was stimmt Sie beim Bilderaufkommen zuversichtlich?**

Ob es uns gelingt, mehr Konsumenten vom Papierbild – in welcher Form auch immer – zu überzeugen, hängt stark von der Akzeptanz bei den Verbraucherinnen ab. Retro ist ja „in“. Fotos wieder als fortschrittlich erscheinen zu lassen, könnte mit gemeinsamen Anstrengungen sowie mit RAW-/DNG-Qualität und Kundenservice im Geschäft gelingen. Die „iPad“-Manie ist ja noch in vollem Gange, aber die Äußerungen mancher Kunden lassen hoffen. So hören wir nun öfter, dass Kunden zugeben, dass ihnen Fotos doch fehlen, dass sie das elektronische Bild so freudlos finden und deshalb mal wieder Papierbilder bestellen. Generell empfinden etliche Kunden es als „Auslesestress“, aus der Vielzahl der gemachten Aufnahmen nun die für

sie besten auszusuchen, egal ob sie die Auswahl für die Monitorbetrachtung oder für die Bildherstellung treffen.

**Sie pflegen ein sehr großes Gerätegeschäft. Warum, und wie gehen Sie dabei vor?**

Als klassischer Fotofachhändler haben wir immer schon viele Fotoapparate, Videokameras und das Zubehör dazu verkauft. Mit diesen Artikeln erzielen wir nach wie vor den weitaus höchsten Umsatz. Natürlich mussten wir uns der Internetkonkurrenz stellen. Seit sechs Jahren bieten wir die Geräte im Onlinebeziehungsweise im Ladenverkauf zu unterschiedlichen Preisen an. Ein Kunde, der online bei uns bestellt, bekommt den Artikel günstiger als ein Kunde, der sich von uns im Geschäft beraten lässt. Wohlgermerkt, der Onlinekunde kann zu uns ins Geschäft kommen, die Geräte anschauen, in die Hände nehmen. Diese Möglichkeit hat er im Internet nicht. Aber ohne seine ausdrückliche Anforderung beraten wir ihn nicht. Dann kann er die Kamera online bestellen, sie sich zusenden lassen, oder sie hier im Geschäft selbst abholen. Dafür berechnen wir ihm den günstigeren Onlinepreis. Sobald er aber eine Beratung wünscht, stellen wir dem Kunden den höheren Ladenpreis für die Kamera in Rechnung. Darauf machen wir ihn im Vorhinein ausdrücklich aufmerksam.

„Das Bildergeschäft ist für die Attraktivität und das Rundumgefühl des Fotofachhandels wichtig.“

**Kurzportrait**  
**Fuchs Foto Video,**  
**Das Multimediacentrum**

> **Firmenart** Fotofachgeschäft

> **Adresse**  
Seestraße 5, CH-8027 Zürich-Enge

> **Telefon** 0041 (0) 44-201 30 10

> **Internet**  
www.fotovideo.ch  
www.digifuchs.ch

> **E-Mail** kontakt@fotovideo.ch

> **Öffnungszeiten**  
Montag bis Freitag: 8.00 – 18.30 Uhr  
und seit fünf Jahren zusätzlich als  
Onlineshop rund um die Uhr

> **Inhaber** Edgar Fuchs

> **Beschäftigte**  
14 Beschäftigte inklusive Edgar Fuchs;  
10 Fotofachmitarbeiter, davon drei  
in Teilzeit, und vier Auszubildende

> **Gegründet** 1977

> **Lage**  
„Gute Lage“ nahe am Bahnhof  
Zürich-Enge

> **Ladenfläche** 150 m<sup>2</sup>

> **Angebotsumfang**  
Foto-Vollsortimenter

> **Sortimentsschwerpunkte**  
Fotokameras und Zubehör

> **Labortechnik**  
Noritsu D1005 HR,  
Noritsu QSS-3302,  
drei Annahmeterminals,  
vier EBV-Arbeitsplätze

> **Leistungsumfang**  
Bilddienstleistungen aller Art,  
alles rund ums Bild

> **Studiogeschäft**  
Pass-, Bewerbungs- und Portraitfotos

> **Einzugsgebiet**  
Zürich und Umgebung;  
durch Berufspendler und den  
Onlineshop weit darüber hinaus

> **Kundenstruktur**  
Aus allen Bevölkerungs- und  
Einkommenschichten

**Was hat Sie dazu bewogen,  
so anzubieten?**

Der Kunde, der sich selbst bedient, also online bestellt, muss die Chance haben, den Artikel zum günstigeren Preis zu bekommen. Es gibt zig Gründe, warum sich ein Konsument für diese Art des Kaufs entscheidet. Das muss ich akzeptieren. Man muss ihm die Wahl lassen, andererseits aber auch dafür sorgen, dass der Kunde, der den teureren Mehrwert wählt, einen Gewinn aus der Beratung zieht. Warum soll ich einen Kunden verlieren, nur weil er zu einem Produkt von mir keine Beratung haben will. Umgekehrt kann ich ihn nicht beraten und gleich günstig sein. Was die Kunden akzeptieren, weil sie unser Vorgehen als gerecht empfinden.

„Wenn man Kameras verkauft, sollte man sich auch ums Bild kümmern“

**Warum kaufen Kunden eine neue Kamera?**

Die Kaufmotive sind schon recht unterschiedlich, zumal die meisten schon mehr als eine oder zwei digitale Kameras haben. In jedem Fall erwartet der Käufer einen Mehrwert. Das kann eine bessere Sucherkamera, eine Systemkamera oder eine Reflex sein. Vielfach ist es Lust aufs Neueste oder Beste. Und der Spaß am Fotografieren. Egal, welche Kamera der Kunde letztlich kauft, entscheidend ist, dass ihm das Gerät Spaß macht.

**Gilt das für alle Käufer einer Kamera?**

Prinzipiell schon, wenngleich sich die junge Generation durch eine andere Sichtweise von der konventioneller Gerätekäufer unterscheidet. Für die Jungen hat es einen Nutzen, solange es Spaß macht, einen Momentannutzen. Dazu gehört dann eben alles: das Fotografieren mit dem Smartphone, mit der Helmkamera beim Radfahren bis zum Filmen mit der SLR. Das arbeitet einem Papierbild eigentlich entgegen, weil Unmengen an Aufnahmen für den flüchtigen Betrachtungsspaß gemacht werden.

Damit stellt sich für uns die schwierige Frage, wie wir diese Nutzer dazu bringen, wenigstens einen Teil der Aufnahmen in Bildern oder in einem Fotobuch festzuhalten. Entscheidend wird sein, sie vom Nutzen dieser Archivierungsmöglichkeiten zu überzeugen.

**Fördert das Bildergeschäft Ihr Gerätegeschäft?**

Wer Kameras verkauft, sollte dem Kunden die Möglichkeit bieten, von den Aufnahmen auch gute Bilder zu bekommen. Das war und ist bei uns so. Für uns ist das Bildergeschäft eine Abrundung. Aber ich möchte nicht darauf verzichten.

**Sie bieten Ihren Gerätekunden kostenpflichtige Kurse an.**

**Wie ist die Resonanz?**

Wir könnten weit mehr Kurse abhalten, als uns das personell und zeitlich möglich ist. Die aktuellen Aufnahmegeräte bieten eine Unzahl von Funktionen, die in Bedienungsanleitungen beschrieben sind, die den Umfang eines Lexikons haben. In unseren Grundkursen zur Fotografie lernen die Kunden das Wesentliche und haben noch die Möglichkeit, uns gezielt zu befragen. Das gleiche gilt für Grundkurse zum Filmen mit der SLR. Wir führen aber auch themenspezifische Seminare, etwa zur Nachtfotografie durch. Es ist erstaunlich, wie dankbar die Leute dafür sind.

**Wie würden Sie sich und Ihr Unternehmen kurz und knapp beschreiben?**

Ich will Individualist bleiben, ein rundes Fotofachgeschäft betreiben, das alles bietet: Geräte, Studio, Pass, Bewerbung bis zum Labor. Das ist eine eindeutige Botschaft an den kreativen Kunden, der fotografiert. Der braucht ein Stammgeschäft. Das sind wir!



➤ Noritsu QSS Green zeichnet sich durch ein großes Fertigungsspektrum, ausgezeichnete Bildqualität und einfache Bedienung, unter anderem durch die Wendeautomatik für Blattware, aus.  
Abb.: NK Works Co., Ltd.

Auf der CES@PMA 2013, die vom 8. bis 11. Januar 2013 in Las Vegas stattfand, stellte Noritsu der Fach-Welt mit dem QSS Green erstmals ihr neuestes Inkjet-Duplexlab vor. Das trockene QSS-Modell basiert auf dem in der Praxis bewährten D703, zeichnet sich aber durch weitere, für den Selbstverarbeiter interessante Funktionen aus. Das auch äußerlich markanteste Merkmal des neuen Einstiegsmodells ist die automatische Wendeinheit für Blattware.

## Freuenzbringer

### Neues Noritsu-Duplex-Trockenlab QSS Green

Somit müssen beidseitig zu bedruckende Bildprodukte – etwa die Seiten für Fotobücher – nicht mehr manuell gewendet werden, was dem Selbstverarbeiter die Produktion von Fotomehrwertprodukten abermals vereinfacht. Zu den weiteren Vorzügen dieses Duplexlabs gehören eine variable Ansaugplatte, wahlweise eine hohe Auflösung von 1440 × 1440 dpi sowie die Erweiterung des maximalen Panoramaformats auf riesige 25 cm × 175,7 cm.

Dass Noritsu ihr neuestes Trockenlab „QSS Green“ nennt, begründet der japanische Spezialist für Bildausarbeitungsgeräte mit der jahrzehntelangen Bekanntheit seiner QSS-Modellreihen auf den Weltmärkten. Die Erweiterung „Green“, die farblich auch das Gehäuse des Gerätes dominiert, symbolisiert die ökologische Komponente. Gegenüber einem fotochemischen QSS-Nasslab benötigt das QSS Green im Betrieb nämlich bis zu 70 Prozent weniger elektrische Energie.

Das schont die Umwelt und verringert deutlich die Betriebskosten. Mit dem QSS Green schreibt Noritsu die schon über zehn Jahre währende Erfolgsgeschichte ihrer Trockenlabs fort und trägt zugleich der stetig wachsenden Nachfrage nach Fotomehrwertprodukten Rechnung, indem man den beidseitigen Produktionsprozess komfortabler gestaltet.

#### Automatisch und variabel

Prinzipiell arbeitet das QSS Green Bilder von digitalen Bilddaten aus. In der Europa-Version technisch wie softwareseitig voll ausgestattet, kann es sogar Bilder von RAW- und PDF-Daten produzieren. Durch Einsatz eines Filmscanners – Noritsu hat mit dem LS-600/1100 und dem HS-1800 kompatible im Programm – kann der Betreiber selbst von Filmmaterial (CN, CU und S/W-Negativ) Bilder printen. Selbstverständlich übernimmt das Gerät auch Bilddaten, die von einem Flachbildscanner kommen. Ebenso flexibel zeigt sich das Neue ausgabeseitig. Noritsu bietet als



➤ **Fest, glatt, variabel:**

Per Unterdruck wird das Papier auf der automatisch höhenverstellbaren Ansaugplatte fixiert, bevor die Druckköpfe ihre Arbeit aufnehmen. Somit lassen sich dünnere wie stärkere Papiere optimal bedrucken. Abb.: NK Works Co., Ltd.

„Foto-Papier“ speziell auf ihre Inkjet-Geräte abgestimmte Rollen- und Blattware an. Die 100-m-Rollenware ist in fünf Breiten (102 mm, 127 mm, 152 mm, 203 mm und 254 mm), jeweils mit seidenmatter (Semy Glossy) und glänzender (Glossy) Bildoberfläche, verfügbar. Die Ausarbeitungsformate reichen bei 102er/127er/152er Papierbreite von 89 mm bis 457 mm, bei 203er/254er Papierbreite von 89 mm bis 610 mm. Bei einer maximalen Schrittlänge von 1757 mm – ohne Qualitätseinbuße bei der Bildqualität – lassen sich sogar Bilder im Panoramaformat von 25,4 cm × 175,7 cm ausgeben.

Im Printergehäuse, hinter der Fronttür, befindet sich die Spindel fürs Rollenpapier. Sie nimmt eine 100-m-Rolle auf. Zudem serienmäßig mit einem Einzelblatteinzug versehen, kann im QSS Green alternativ auch Blattware mit 102 mm bis 256 mm Breite bei Schrittlängen von 178 mm bis 620 mm eingesetzt und je nach Bildprodukt einseitig oder beidseitig – Auto-Duplex bis 315 mm – bedruckt werden. Als maximales Einzelblattformat nennen die Krefelder 216 mm × 297 mm, was in etwa dem DIN A4-Format entspricht. Abhängig von der Bogenstärke nimmt die Einzelblattaufgabe von 77 bis 157 Bogen auf.

Neu ist bei diesem Gerätetyp die automatische Wende-Einheit fürs beidseitige Bedrucken von Blattware. Wenngleich schon das D502, ein Gerät, das ausschließlich Blattware „verarbeitet“, mit einer vergleichbaren automatischen Wende-Einheit versehen ist. Beim QSS Green hat Noritsu Komponenten des D502 mit denen eines D703 kombiniert. Eine weitere Neuheit stellt bei dem jüngsten Modell die höhenvariable Ansaugplatte dar. Mittels Unterdruck sorgt sie während des Druckvorgangs für die exakte Planlage des Papiers – ob von der Rolle oder beim Einzelbogen. „Federnd gelagert“, sorgt sie bei unterschiedlichen Papierstärken selbsttätig für den optimalen Abstand zwischen den Druckköpfen

und dem Papier. Somit kann der Betreiber das Gerät mit Original-Noritsu-Papieren verschiedenster Stärken betreiben, beispielsweise mit solchen hoher Grammaturn, die bevorzugt für Grußkarten verwendet werden. Folglich wird auch das Spektrum der Materialien größer werden. Das macht das QSS Green noch flexibler als das D703 und erleichtert die Anpassung an die individuellen Produktionsbedingungen des Betreibers.

### Flink und in Spitzen-Qualität

Abhängig vom Ausarbeitungsformat und der gewählten Auflösung variiert die Ausarbeitungsleistung. Im Format 15 cm × 10 cm fertigt das QSS Green – bei 720 × 720 dpi Standardauflösung – stündlich bis zu 650 Bilder, im Format 203 mm × 305 mm bis zu 220 Bilder. Bis zu 60 A4-Fotobuchseiten, die über den Einzelblatteinzug aufgenommen werden, lassen sich mit dem QSS Green stündlich (alle Angaben Nennleistung) produzieren. Keineswegs allein auf die Ausgabe von Bildern in Standardformaten beschränkt, kann der Betreiber eines QSS Green seinen Kunden auch interessante, individuelle Bildmehrwertprodukte produzieren, so beispielsweise Kalender, Tisch- und Grußkarten, Foto-Taschen, kleine und große Fotobücher.

Zum Drucken nutzt das Gerät vier Dye-Tinten-Kartuschen – CMYK: Cyan, Magenta, Yellow und Black – mit je 500 ml Inhalt. Übrigens, sowohl die Tinten als auch die Papiere fürs QSS Green sind kompatibel zu den Noritsu-Trockenlabs D701, D703 und D1005 (HR). Damit der Bediener leere Tintenkartuschen auch während des Druckens einzeln wechseln kann, versieht der japanische Gerätespezialist seine Trockenlabs bereits vom ersten Modell an generell mit einem Tintenreservoir pro Farbe.

Auch bei ihrem jüngsten Trockenprinter setzt Noritsu auf bewährte Epson-Piezo-Technik mit zwei Druckköpfen. Schon die Standard-Auflösung von 720 × 720 dpi garantiert über alle Formate hervorragende

➤ Auch während des laufenden Betriebs einfach zu wechseln: die Tintenkartuschen.  
Abb.: NK Works Co., Ltd.





► Stück für Stück: Die Einzelblattablaage am Einzelblatteinzug nimmt, abhängig von der Papierstärke, bis zu 157 Bogen auf. Abb.: NK Works Co., Ltd.



► Leicht zugänglich: Hinter der Fronttür befindet sich die Spindel zur Aufnahme der 100-m-Papierrolle. Abb.: NK Works Co., Ltd.

Bild-Ergebnisse. Alternativ kann der Betreiber eines QSS Green aber auch eine Auflösung von 1440 x 1440 dpi wählen, was sich bei Motiven mit sehr feinen Nuancen qualitätssteigernd auswirkt.

Noritsu setzt – nicht erst beim QSS Green, sondern bereits bei den bewährten D-Modellen – bewusst auf das vierfarbige Inkjet-System. Dank variabler Punktgrößen – sechs je Farbe plus Papierweiß – decken die vier Farben den gleichen Farbraum ab wie Systeme mit mehr Farben. Wie Dipl.-Ing. Thomas Mümken, Geschäftsführer der gleichnamigen Vertriebsgesellschaft betont, „reicht das Noritsu-Inkjet-System zur fein differenzierten, optimalen Bilddarstellung vollkommen aus“. Ohne zwei zusätzliche Light-Tinten. Beim Vergleich mit Bildern, die mit „sechsfarbigem“ Inkjet-Systemen produziert worden sind, erweisen sich

„QSS Green“-Bilder (wie alle D-Geräte-Bilder) qualitativ ohne Abstriche als gleichwertig hochwertig. Anstelle von sechs oder mehr Tinten braucht der Betreiber von Noritsu-Trockenlabs nur vier verschiedene Tinten zu bevorraten, was Kosten wie Lagerfläche spart und die Versorgungssicherheit erhöht.

Geliefert wird das QSS Green mit einem „EZ Controller“. Der besteht aus einem PC, einem Monitor, einer Tastatur sowie der „EZ Controller“-Software. Im Einzelgerätebetrieb können das QSS Green und der „EZ Controller“ direkt via USB-Kabel miteinander kommunizieren. Es ist aber ebenso möglich, eines oder mehrere „QSS Green“-Geräte, auch in Kombination mit D703, D701 und mit fotochemischen QSS-Minilabs (35 Plus, 37er und 38er), in ein hausinternes LAN-Netzwerk einzubinden. Dann benötigt jedes QSS Green

einen RIP(-PC), der beim Europapaket ohnehin zum Lieferumfang gehört. Bis zu acht der Trockenlabs kann ein „EZ Controller“ steuern und verwalten. Wie die Krefelder betonen, entsprechen die auf Windows-7-Basis arbeitenden „EZ Controller“-PC sowie RIP-PC dem aktuellen Stand der PC-Technik und besitzen „zukunftsfähige“ Leistungsreserven.

### **Kleines Gerät mit großer Leistung**

Maßlich ist das jüngste Modell mit den kompakten Vorgängern recht identisch. Zur Energieversorgung bedarf es nur eines herkömmlichen 230-Volt-Wechselstromanschlusses (sog. Haushaltssteckdose). Auch die (elektrische) Leistungsaufnahme von etwa 800 VA (ohne RIP) fällt gegenüber einem fotochemischen Minilabgerät bemerkenswert niedrig aus, was sich in der Kalkulation bei den



➤ Neu beim QSS Green: Die automatische Wendeeinheit (oben) ist ein wesentliches technisches wie optisches Merkmal des Geräts. *Abb.: NK Works Co., Ltd.*



➤ Der Sorter an der linken Geräteseite gehört zum Lieferumfang des QSS Green. Jedes Sorterfach nimmt bis zu 50 Bilder auf. *Abb.: NK Works Co., Ltd.*

Energiekosten günstig auswirkt. Das QSS Green ist leicht zu bedienen, bedarf, verglichen mit einem Minilabgerät, nur geringer Vorbereitung und Wartung, so dass alle Beschäftigten eines Fotogeschäfts oder Studiobetriebs es ohne aufwendige Einweisung bedienen können.

Nicht zu unterschätzen ist auch die gegenüber herkömmlichem Laborequipment vergleichsweise geringe finanzielle Investition. Gleichwohl ist das QSS Green – wie schon seine D-Geschwister – ein professionelles Ausarbeitungsgerät, das sich durch sein umfangreiches Ausarbeitungsspektrum sowohl bei kontinuierlicher als auch bei wechselnder Auslastung auszeichnet. Das alles macht das QSS Green für Fotohändler und Fotografen zur ersten Wahl. Auch für solche, die sich erstmals zur Eigenverarbeitung entschließen. Mit Aufträgen lässt sich das Gerät auf zweierlei Weise beschicken. Zum einen

durch einen Bediener, der Bild- und Auftragsdaten am „EZ Controller“ manuell eingibt, zum anderen von Konsumenten, die ihre Bildprodukte an Noritsu-Terminals ordern, die wiederum mit dem QSS Green verbunden sind. Neben Bildern kann der Fotohändler mittels „EZ Controller“ auch Bilddatentransfer und Bilddatensicherung auf CD/DVD vornehmen.

Arbeitsvereinfachend ist das QSS Green auf der linken Stirnseite mit einem Sorter bestückt, der bis zu acht Aufträge – mit maximal 50 Bildern pro Sorterfach – aufnimmt. Dank geringer Abmessungen mit nur 0,43 m<sup>2</sup> Nettostellfläche und etwa 3,5 m<sup>2</sup> Arbeitsstellfläche lässt sich das neue Noritsu-Trockenlab gut in kleinen wie großen Fotogeschäften und Fotostudios aufstellen. Schon seit März dieses Jahres liefern die Krefelder das QSS Green in ihrem Vertriebsgebiet an Fotohändler und Fotografen aus.

### Die Vorteile des QSS Green im Überblick

- Inkjet-Lab für Rollen- und Blattware
- Einseitiger (Rollen- und Blattware) und beidseitiger Druck (nur bei Blattware)
- Automatische Wendeeinheit für Duplexbetrieb
- Ausarbeiten von Digitalbilddaten, auch von RAW- und PDF-Daten sowie von Analogmaterial
- Variable Ansaugplatte für den Einsatz dünnerer wie stärkerer (Grußkarten-)Papiere
- Großes Ausarbeitungsspektrum bis 254 mm × 1757 mm
- Hoher Ausstoß – bis zu 650 15 cm × 10 cm-Bilder/h
- Echte „Foto“-Qualität, wahlweise 720 × 720 dpi oder 1440 × 1440 dpi Auflösung
- Kein Hantieren mit Chemie, keine Entsorgung
- Kein Hochfahren, jederzeit einsatzbereit
- Geringe Stell- und Arbeitsfläche
- Flexibel aufzustellen – nur 230-V-Steckdose nötig
- Leicht zu bedienen – mit integriertem Sorter
- Erweiterbar mit gleichen und anderen Noritsu-Geräten – Terminalanbindung und netzwerkfähig
- Geringe Investition – niedrige Leasingraten

# NORITSU *Die Zukunft printet beidseitig*

Fotomehrwert

**OSS** Green

## Checkliste für Ihren Erfolg

- Online Software HPT
- Beidseitiges Printen
- Individualisierte Fotomehrwert-  
produkte im Sofort-Service
- Senkung der Energiekosten  
um 60 Prozent
- Leicht zu bedienen –  
mehr Zeit für Ihre Kunden
- Überragende Bildqualität
- Jetzt Beratungstermin vereinbaren

 **Mümken**  
Sales GmbH





► Ideale Lage: Auf insgesamt 250 m<sup>2</sup> Ladenfläche präsentiert der Vollsortimenter sein Foto- und Mobilfunkangebot.  
Abb.: fe

## In Topform

### Nüesch photo & communication, Heerbrugg/Schweiz

#### Seit wann und warum betreiben Sie die Bild-Selbstverarbeitung?

Wir haben bereits früh, schon in den 1980er Jahren, ein Minilabgerät in Betrieb genommen, weil die Kunden ihre Bilder schnell haben wollten. Damals betrug die Lieferzeit bei der Großlaborfertigung noch drei bis vier Tage. Mit unserem Minilab waren wir in der Lage, unseren Kunden die Bilder innerhalb einer Stunde oder eines halben Tages zu übergeben. Das sprach sich herum und kam gut an.

#### Was veranlasste Sie, sich mit dem Noritsu D1005 HR ein Inkjet-Gerät anzuschaffen?

Ich habe die Entwicklung auf dem Sektor immer verfolgt und schon vor fünf Jahren beschlossen, als nächstes nur ein fotochemiefreies Ausarbeitungsgerät zu

installieren. Aber die Technik der ersten Inkjetlabs sagte mir noch nicht zu. Das D1005 HR entsprach dann meinen Vorstellungen, wegen des doppelseitigen Drucks und wegen der identischen Bedienoberfläche der HPT-Software für die Kundenterminals und die Onlinebestellung. Diese und weitere Merkmale waren entscheidend. Sie werden von dem Noritsu-Equipment erfüllt.

#### Warum ist Ihnen die Möglichkeit des doppelseitigen Druckens so wichtig?

Weil wir mit unserem Gerät während seiner gesamten Laufzeit ein möglichst großes und aktuelles Ausarbeitungsspektrum abdecken möchten. Dass ich kein Lab mehr anschaffe würde, das nur Bilder machen kann, stand für mich schon länger fest. Wir fertigen mit dem D1005 HR ja auch Gruß- und Dank-



➤ Abb.: Nüesch photo & communication

1980 eröffnete Urs Nüesch (54 Jahre) in Heerbrugg-Widnau, im Schweizer Kanton St. Gallen, ein Radio- und Fotogeschäft. Bald darauf installierte er das erste Minilabgerät, dem im Laufe der Zeit weitere folgten. Im Herbst 2011 tauschte er sein letztes nasses gegen ein aktuelles Trockenlab aus. Mit Aufkommen des Mobilfunks ersetzte das Handysortiment den Unterhaltungselektronik-Bereich. In beiden Segmenten, Foto wie Mobilfunk, ist der Schweizer seit langem erfolgreich aktiv.

sagungskarten aller Art, Kalender sowie Fotobücher. Zur Eigenfertigung von Fotomehrwertprodukten braucht es den beidseitigen Druck.

### Wie bringen Sie die HPT-Software an die Frau und den Mann?

Regelmäßig weisen wir Kunden, die hier im Geschäft am Terminal über HPT Bilder bestellen, darauf hin, dass sie das mit der gleichen Software und identischer Bedienoberfläche auch bequem daheim machen können. Wir geben ihnen HPT auf einem Datenträger mit. Die Kunden können die Software aber auch von unserer Homepage herunterladen.

### Beflügelt HPT Ihr Online-Bildergeschäft?

Der Anteil über alles, also Bilder und Fotomehrwertprodukte, beträgt inzwischen zehn bis fünfzehn Prozent. Allerdings tendenziell steigend, wobei diese Aufträge durchweg nicht zulasten des Geschäfts gehen, sondern zusätzlich kommen.

### Wird der Anteil der Mehrwertprodukte größer, und kompensiert er den Mengenrückgang bei Bildern?

Die Mehrwertprodukte entwickeln sich langsam, machen uns aber auch mehr Arbeit als das konventionelle Bildergeschäft. Von selbst verkaufen sich die

Mehrwertprodukte nicht. Das braucht viel Arbeit, Beharrlichkeit und großes Engagement im Verkauf, aber es macht auch Spaß, wenn man dafür wieder einen Kunden gewonnen hat, der alle paar Monate kommt und ein Fotobuch, dieses oder jenes bestellt. Ist das Eis erst einmal gebrochen und der Kunde von dem Produkt begeistert, wird es nicht selten zum „Selbstläufer“. Dann hat man einen Stammkunden gewonnen, der relativ treu ist.

### Machen Sie Ihre Kunden auf die Fotomehrwertprodukte aufmerksam, oder fragen auch Kunden von sich aus danach?

Meistens werden wir aktiv und weisen die Kunden auf die neuen Bildprodukte hin, obwohl wir die verschiedenen Muster im Geschäft prominent präsentieren. Dass jemand von sich aus danach fragt, kommt nur selten vor. Von Vorteil ist die HPT-Software, weil sie Kunden den Start erleichtert. Kommt der Kunde zu Hause mal nicht weiter, fragt er halt telefonisch bei uns nach, oder er kommt ins Geschäft und bittet um Auskunft. Das ist unsere Chance. Den Kunden, der mit der Gestaltungssoftware noch nicht so versiert ist, können wir so begleiten, in hauseigenen Kursen schulen, motivieren und an uns binden. Ebenso jene Konsumenten, die noch nie ein Fotobuch oder einen Kalender gemacht haben.



➤ In der Laufzone des Geschäfts aufgestellt: ein Edelstahllement mit Portraitfotos. Abb.: fe



➤ Die Annahmeterminals sind mit HPT-Software ausgestattet. Abb.: fe



➤ Ansicht vom Eingangsbereich aus. Abb.: fe

Umgekehrt ist es kaum möglich, Verbraucher für uns zu gewinnen, die schon Erfahrung mit Fotobüchern und Mehrwertprodukten bei anderen Anbietern gesammelt haben. Weil sie sich an die Software des Wettbewerbers gewöhnt haben, sind sie kaum dazu bereit, sich umzustellen.

### Kreieren die Kunden ihr Fotobuch daheim oder eher im Geschäft?

Die meisten Kunden gestalten ihr Fotobuch zu Hause und schicken uns die Datei online zur Produktion ins Geschäft, wo sie das fertige Fotobuch auch abholen.

### Wie umfangreich ist Ihr Fotobuch-Angebot?

Es reicht vom kleinen 13 cm x 18 cm-Buch über quadratische Ausführungen in 20 cm x 20 cm und 20 cm x 30 cm bis zum A4-Fotobuch, das am häufigsten gewählt wird, weil es ein im Alltag weitverbreitetes Format ist. Die von uns produzierten Fotobücher bieten wir mit

Softcover und hochwertiger Fastbindung oder preiswerterer Spiralbindung an. Alternativ können die Kunden auch Fotobücher von Color Drack bei uns bestellen. Das sind vor allem großformatige Exemplare auf echtem Fotopapier. Diese extern gefertigten Produkte sind auch teurer als unsere und haben etwa einen Anteil von 60 Prozent gegenüber den Eigenprodukten mit 40 Prozent. Ich strebe an, das gesamte Fotobuchvolumen zu steigern. Womit ist mir letztlich egal, denn wir bevormunden unsere Kunden nicht. Entscheidend ist, dass die Kunden das Produkt bekommen, das sie haben möchten – und dass sie es von uns beziehen.

### Gehört die Bildbearbeitung und die Fotobuchgestaltung auch dazu?

Diese Dienstleistungen sind selbstverständlich Bestandteil unseres Angebots. Auch wenn ihr Anteil am Bildergeschäft nur etwa fünf Prozent beträgt, sie sind relativ lukrativ, steigern unsere Kompe-



➤ Die CT-EU-Terminals im Geschäft sind alle mit „HPT“-Software versehen. Abb.: fe



➤ Vom beidseitig printfähigen Inkjet-Gerät überzeugt: der Inhaber Urs Nüesch.  
Abb.: Nüesch photo & communication

➤ Adrett: eine von mehreren Verkaufsinselformen im Mobilfunkbereich. Abb.: fe

tenz und unser Image. Das Spektrum reicht von der Retusche der Nietenlöcher in einem Passbild bis zur Komplettproduktion eines Fotobuchs. Wir erleben immer häufiger, dass Kunden mit einer Menge Bilder zu uns kommen, damit wir etwas Schönes daraus machen. Das ist eine interessante Aufgabe für unsere Lernenden. Sie stellen zum Beispiel ein Fotobuch zusammen, bitten den Kunden zur Ansicht ins Geschäft, nehmen eventuell noch Korrekturen vor und drucken es dann aus.

### **Bieten Sie den Gestaltungsservice an, oder fragen Kunden danach?**

Das ergibt sich meistens aus einer Situation im Geschäft. Dem einen oder anderen Kunden fallen unsere Fotobuchmuster auf. Sie wecken sein Interesse, und er fragt uns, oder wir nehmen den Faden auf und sprechen ihn auf die Produkte an. Sagt der Kunde, die Gestaltung sei ihm zu kompliziert, bieten wir ihm an, auch diesen Part für ihn

zu übernehmen. Wenn wir in etwa den Umfang kennen, schätzen wir ab, wie lange wir fürs Erstellen brauchen und machen dem Kunden ein Angebot.

### **Was kostet diese Dienstleistung?**

Je nach Aufwand schlagen die Gestaltungskosten mit 80 bis 250 Franken zu Buche. Meistens ist der Preis kein Thema. Entscheidend ist das Glücksgefühl, das der Kunde empfindet, wenn er ein rundum gelungenes Buch in Händen hält. Vielfach ist es so, dass wir die Gestaltung nicht nur für ein einzelnes Fotobuch vornehmen. Aus Anlass eines Geburtstags oder eines Jubiläums werden Fotos aus verschiedenen Quellen zusammengetragen, von uns gescannt und gut gestaltet in einem Fotobuch plaziert. Zu dem Fotobuch für den Beschenkten bestellen etliche Familienmitglieder weitere Exemplare für sich. Da sich die Gruppe die Gestaltungskosten teilt, fallen sie durch jedes weitere Buch für den Einzelnen kaum mehr ins Gewicht.



➤ Gut sortiert: das Warenangebot an der Zubehörwand. Abb.: fe



➤ Vorbildlich ausgezeichnet und präsentiert: Beispiele, wohin man sieht. Abb.: fe

**Studien zufolge hätten 25 Prozent der Kunden ihr Fotobuch am liebsten sofort. Können Sie das bestätigen?**

Es gibt Kunden, die den Wunsch äußern, aber das sind noch sehr wenige. Ich glaube, die Masse der Konsumenten hat noch gar keine Vorstellung davon, dass das möglich ist. Darum kommen die Leute gar nicht auf die Idee, danach zu fragen. Da braucht es Aufklärung und Information.

**Wie entwickelt sich Ihr Digitalbildgeschäft?**

Mit einem Volumen von 70 Prozent ist es für unsere Selbstverarbeitung nach wie vor von Bedeutung. Auch wenn die Fotomehrwertprodukte – Tendenz steigend – schon 30 Prozent erreichen. Bei den Bildern machen die 10er-Standardformate nach wie vor das Gros aus.

**Ist der Preis dabei entscheidend?**

Der Preis ist immer von Bedeutung, aber wir sind fair und arbeiten seit langem mit

Staffelpreisen. Je größer die Menge, um so günstiger ist der Kurs. Wenn ein Kunde nur ein einzelnes Bild bestellt, ist das für uns ein großer Aufwand, der sich in einem entsprechend höheren Bildpreis ausdrückt. Das versteht jeder Kunde. Umgekehrt muss der Preis natürlich auch stimmen, wenn er 500 Bilder bei uns machen lässt. So ein Auftrag hat dann auch zwei oder drei Tage Zeit, so dass wir die Bilder dann printen können, wenn das Gerät frei ist. Uns ist Kostenwahrheit einfach wichtig, und die Reaktion unserer Kunden zeigt uns, dass wir mit unseren Staffelangeboten richtig liegen.

**Arbeiten Sie mehr Massenaufträge oder selektierte Fotoarbeiten aus?**

Die große Mehrheit unserer Kunden sucht die Bilder, die sie printen lässt, gezielt aus. Ein durchschnittlicher Fotoarbeitenauftrag besteht bei uns aus etwa 25 bis 30 Bildern. Ganz anders agieren die Mobilfunkkunden. Nur ein verschwindend geringer Teil von ihnen



➤ Nicht zu übersehen:  
die Wand mit Musterbildern  
und Muster-Fotobüchern.

Abb.: fe

lässt von Handyaufnahmen überhaupt Bilder machen. Meistens nur ein einzelnes, das dann aber am liebsten in Postergröße. Wenngleich aktuelle Handys erstaunlich gute Bild-Ergebnisse liefern, raten wir maximal zum A4-Format. Da wir als Mobilfunkanbieter und als Fotohändler aktiv sind, gelten wir als kompetent, folgen die Kunden meistens unserer Empfehlung. Allerdings sind letztlich die Vorstellungen des Kunden entscheidend. Deshalb halten wir uns beim Verkauf generell an die Devise: „Der Kunde stellt die Ansprüche, nicht wir.“

### Wie haben Ihre Kunden auf den Wechsel vom fotochemischen zum Inkjet-Papierbild reagiert?

Zu 98 Prozent völlig problemlos. Wir haben durch die Umstellung vom fotochemischen aufs Inkjet-Bild keinen Bilderkunden verloren. Schließlich sind

Inkjet-Prints im Alltag ja längst etabliert und kein Novum mehr. Zudem begeistert die Qualität unserer Bilder unsere Kunden. Nur einigen wenigen Bilderkunden ist der Wechsel überhaupt aufgefallen. Einige von ihnen haben anfänglich die vergleichsweise geringere Papierstärke der Inkjet-Bilder moniert. Mittlerweile haben auch sie sich daran gewöhnt und sind zufrieden.

### Was hat Sie zum Mobilfunkgeschäft gebracht, und wie hat es sich entwickelt?

Wir haben als Radio- und Fotofachgeschäft begonnen. Mit Aufkommen des Mobilfunks haben wir das Segment hinzugenommen. Wir hatten sogar eigene Techniker, die den Einbau ins Auto vorgenommen haben. Parallel zum Fotogeschäft haben wir das Mobilfunkgeschäft ausgebaut und glücklicherweise beibehalten. Heute erwirtschaften wir damit mehr als die Hälfte unseres Umsatzes.

Der Anteil ist massiv gestiegen. Ich glaube, dass wir Fachhändler einiges besser, kundengerechter machen als die auf Masse fixierten Großunternehmen. Ich habe kürzlich gelesen, dass in der Schweiz bei den Lebensmitteln bereits ein Trend von der Globalisierung zur Regionalisierung erkennbar ist. Ich halte eine ähnliche Entwicklung – ein Zurück ins Lokale, in die kleineren Strukturen – auch in unseren Geschäftsbereichen für möglich.

### Wie umfangreich ist Ihr Mobilfunksortiment?

Bei den Verträgen arbeiten wir mit Swisscom zusammen. Unsere Produktpalette repräsentiert das komplette Marktangebot. Allerdings ist die Nachfrage extrem konzentriert. Mit etwa 10 Prozent der am Markt aktuell verfügbaren Geräte machen wir rund 90 Prozent unseres Geräteumsatzes. Nur wenige Handymodelle, nämlich die von Apple, von Samsung und ein wenig die von HTC, sind wirklich gefragt. Das ist schon

➤ Kaufmotivierend präsentiert:  
das Hardware-Sortiment. Abb.: fe



➤ Nur ein paar Stufen vom  
Fotobereich getrennt: der attraktiv  
gestaltete Mobilfunk-Shop.  
Abb.: fe



➤ Großzügig und offen: Teilansicht  
des großen Kamera-Verkaufsbereichs,  
der sich schenkelförmig von der linken –  
über Eck – bis zur rechten Seite  
erstreckt. Abb.: fe



beunruhigend extrem. Doch ohne die Apple-Produkte hätten wir im letzten 2012er Quartal viel weniger Umsatz gemacht.

### **Gibt es Synergieeffekte zwischen Handy- und Fotobereich?**

Allein wegen des Mobilfunks haben wir jeden Tag durchschnittlich 70 Kunden aller Altersklassen – und zwar schon ab 12 Jahren – im Geschäft. Das sind 70 Chancen. Wenn möglich, versuchen wir die auch zugunsten von „Foto“ zu nutzen.

### **Auf welche Weise?**

Über mehrere Kanäle. Primär über die Ansprache im Geschäft. Allerdings braucht es Training und eine gewisse Überwindung, mit einem Kunden erneut ein Verkaufsgespräch zu beginnen, nachdem man ihn bereits bedient hat, er zufrieden ist und nun eigentlich das Geschäft verlassen will. Dabei muss man äußerst sensibel vorgehen, denn sonst kann sich die Chance rasch ins Gegenteil verkehren, und der Kunde ist verärgert. Zudem versenden wir generell regelmäßig an alle unsere mehr als 1200 Kunden per E-Mail einen Newsletter, der Angebote zu Produkten und



➤ Das Pult im Geräteverkaufsbereich ist unter anderem zur direkten Demonstration von (Test-)Aufnahmen mit einem großen Monitor versehen. *Abb.: fe*



➤ Friedliche Koexistenz: die Einrichtung zum Einschlaufen von Filmmaterial und rechts daneben die Handstanz- und Bindemaschine. *Abb.: fe*



➤ In der ersten Etage: der Schulungsraum mit acht PC-Arbeitsplätzen. *Abb.: fe*

Dienstleistungen der verschiedenen Sortimentsbereiche enthält. Die gleichen Angebote finden sich auch auf Handzetteln, die wir zusätzlich verteilen und Kunden mitgeben, die ins Geschäft kommen. Zusätzlich bewerben wir in der lokalen Presse speziell unsere Fotomehrwertprodukte.

### Als Vollsortimenter pflegen Sie ein großes Kameran Sortiment?

Wir führen Sucher-, System- und Spiegelreflexkameras aller bekannten Marken. Preislich starten wir bei etwa 200 Franken, noch oben ist die Grenze offen.

### Wie argumentieren Sie beim Kameraverkauf?

Zum einen kennen wir viele Kunden und deren Equipment, weil sie im Laufe der Zeit schon eine oder mehrere Kameras bei uns gekauft haben. Ansonsten halten wir uns beim Verkauf an die klassische Bedarfsermittlung.

### Sind Systemkameras die Renner?

Absolut! Sie sind sehr gefragt, und ich sehe voraus, dass sie die günstigen Reflexkameras ablösen werden. Käufer von Systemkameras schätzen diese Gattung,

**Kurzportrait**  
**Nüesch photo & communication**

- > **Firmenart**  
Foto- und Mobilfunk-Fachhändler
- > **Adresse**  
Rheinstraße 1,  
CH-9435 Heerbrugg-Widnau; Kanton St. Gallen; im Nordosten der Schweiz
- > **Telefon** 0041 (0) 71-723 15 15
- > **Internet** www.nueesch.ch
- > **E-Mail** info@nueesch.ch
- > **Öffnungszeiten**  
Montag bis Freitag:  
9.00 – 12.00 Uhr  
und 13.30 – 18.30 Uhr  
Samstag  
8.00 – 12.15 Uhr  
und 13.15 – 16.00 Uhr
- > **Inhaber** Urs Nüesch (54 Jahre)
- > **Beschäftigte**  
10; mit Urs Nüesch, Ehefrau,  
zwei Auszubildenden
- > **Gegründet** 1980
- > **Lage** 1 A
- > **Ladenfläche**  
150 m<sup>2</sup> plus Studio und einem  
8-Platz-Schulungsraum von 100 m<sup>2</sup>
- > **Vollsortimenter**  
Foto und Mobilfunk
- > **Labortechnik**  
Noritsu D1005 HR,  
Epson-Plotter,  
drei Annahmeterminals,  
vier EBV-Arbeitsplätze
- > **Leistungsumfang**  
Bildienstleistungen aller Art,  
digitalisieren, gestalten, Funprodukte,  
alles rund ums Bild
- > **Studiogeschäft**  
Portrait-, Hochzeits-, Pass- und  
Bewerbungsfotos
- > **Einzugsgebiet**  
20 km um den Standort,  
etwa 40.000 Einwohner
- > **Kundenstruktur**  
Aus allen Bevölkerungs- und  
Einkommenschichten
- > **Anteile Stamm- zu  
Laufkundschaft**  
80 : 20

weil die Modelle handlich sind, Objektivwechsel zulassen und gute Fotos machen. Ich fotografiere selbst mit Systemkameras und bin von den Produkten begeistert.

**Lösen die Smartphones die Sucherkameras ab?**

Zu einem gewissen Teil ist das ja heute schon Realität. Auch, weil sich die Bereiche zunehmend vermischen. Bislang gab es das Handy mit Kamera. Mit Samsungs Galaxy gibt es nun die Kamera mit Handy. Weitere Modelle und Anbieter werden folgen, da bin ich mir sicher.

**Offerieren und verkaufen Sie Kameras auch online?**

Wir sind mit einem Shop auch im Internet vertreten, aber er wird von den Kunden mehr als Informationsquelle genutzt. Nur etwa 20 Prozent der Kunden beziehen Kameras direkt aus unserem Onlineshop. Die weitaus meisten Kunden, etwa 80 Prozent, holen die Ware hier bei uns im Geschäft ab, weil sie in der Umgebung wohnen. Das ist der Vorteil des Regionalen, hat aber viel auch mit Vertrauen zu tun. Die Kunden wissen, dass sie die Produkte online bestellen können, und wenn sie dazu Fragen oder Reklamationen haben, dann sind wir als Ansprechpartner aus Fleisch und Blut für sie da. Das ist unsere Chance, deshalb lohnt es sich für uns schon, parallel zum Geschäft auch den Onlineshop zu betreiben.

**Ist das Gerätegeschäft fürs Bildergeschäft von Nutzen?**

Ja, das ist sicher so. Bei den Geräten wird das Geldverdienen immer schwieriger. Daher konzentrieren wir uns beim Kameraverkauf stets auch aufs Zubehör- und das Bildergeschäft. Umgekehrt brauchen wir die Geräte, damit der Kunde das Mittel hat, bei uns den für ihn so wichtigen „Rest“ machen zu lassen.

**Bieten Sie den Geräteköfern aktiv Bilder und Fotobücher an?**

Wenn der Kauf abgeschlossen ist, wenn der Kunde die Kamera und das Zubehör bezahlt hat, dann bekommt er von uns einen Gutschein für Laborprodukte im Wert von 10 oder 20 Franken überreicht. Dabei machen wir ihn darauf aufmerksam, dass er den Gutschein für Bilder wie für Fotomehrwertprodukte einlösen kann, die er bei uns machen lässt.

**Wie hoch ist die Rücklaufquote der Gutscheine?**

Zwischen 40 und 50 Prozent aller ausgegebenen Gutscheine werden auch eingelöst, die meisten für Bilder. Wir sind mit dem guten Rücklauf zufrieden, was womöglich mit dem Wert der Gutscheine, vielleicht auch mit der Regionalität zu tun hat.

**Welche Umsatzanteile erzielen Sie in den verschiedenen Geschäftsbereichen?**

Mit dem Mobilfunkgeschäft rund 50 Prozent, mit Aufnahmegegeräten und Zubehör etwa 20 Prozent, mit dem Studio- wie mit dem Bildergeschäft jeweils 15 Prozent.

**Sie bieten Ihren Kunden auch verschiedene qualifizierte Kurse an?**

Seit drei Jahren führen wir in unserem hauseigenen Schulungsraum mit acht PC-Arbeitsplätzen insgesamt zwischen 15 und 20 Schulungen pro Jahr durch. Beispielsweise zu den Themenbereichen Fotografieren, Bildbearbeitung mit Photoshop Elements, der Fotobuchgestaltung mit HPT oder dem ColorDrack-Programm. Interessierte Kunden können sich auf unserer Homepage informieren und anmelden. Sie sehen, wie viele Anmeldungen für den



jeweiligen Kurs schon vorliegen, und welche Mindestteilnehmerzahl nötig ist, damit er stattfindet. Wir führen die Schulungen abends, zum Teil auch Samstagvormittags durch. Ein Fotobuchkurs kostet 120 Franken, der Bildbearbeitungskurs 150 Franken.

### Wie stellt sich die Wettbewerbssituation für Sie dar?

Wir konkurrieren natürlich mit den Klassischen, wie Interdiscount, Migro, Post. Dazu kommen die Internetanbieter in der Schweiz und im benachbarten Ausland. Das ist ein bisschen speziell. Aber mehr als sie macht uns die Nähe zu Österreich zu schaffen. Nur zwei Kilometer weiter, jenseits des Rheins, ist Lustenau, ein paar Kilometer weiter ist Dornbirn und einige Kilometer weiter nördlich Bregenz am Bodensee. Da in

Österreich Lebensmittel deutlich billiger sind als hier, fahren viele Schweizer zum Einkauf nach Österreich. Einmal dort, shoppen sie dann und kaufen unter anderem auch Fotoartikel. Einen Fotofachhandelskollegen haben wir schon länger nicht mehr als Wettbewerber in unserem Einzugsgebiet. Der nächste Fotofachhändler ist erst wieder in St. Gallen.

### Worauf konzentrieren Sie sich kurz- und mittelfristig besonders?

Besonderes Augenmerk legen wir in diesem Jahr auf den Ausbau unseres Geschäfts mit Bildern und Fotomehrwertprodukten. Dort sehe ich noch Chancen und Synergien, die wir nutzen werden. Das wird nicht leicht sein, denn das ist richtige „Knochenarbeit“.

➤ Gruppenbild mit Chef:  
Urs Nüesch (vierter von links)  
und die gesamte Belegschaft.  
*Abb.: Nüesch photo & communication*



**D**a wäre als erstes das in im digitalen Bildergeschäft unverzichtbare Kundenterminal als entscheidendes Bindeglied zur Auftragsannahme von Bildaufträgen. Für die Sofortausgabe nur einiger weniger Bilder ist ein geeigneter Thermosublimationsdrucker – wie das zweite Beispiel zeigt – durchaus hilfreich. Dass man ein ansprechendes Fotobuch in weniger als drei Minuten binden kann, beweist – drittens – das Opus Binde-system. Ein einfach und sicher arbeitendes Programm rund ums Pass- und Bewerbungsbild ist – viertens – ID-Photos Pro.

## Gezielt ergänzen

**HPT-Kiosk Dell,  
Sinfonia CS2,  
Opus-Bindesystem,  
IdPhotos Pro**

### Stets die neueste Technik

Nicht nur Minilabgeräte, auch Kundenterminals veralten angesichts der rasanten Entwicklung bei Speicherkarten und immens gewachsener Bilddatenmengen. Stationen, wie die weit verbreiteten CT-1/CT-2, besitzen beispielsweise noch keinen USB-Anschluss. Auch sonst sind sie technisch überholt. Um so mehr überzeugt der aktuelle HPT-Kiosk Dell, den die Krefelder in Verbindung mit Noritsu-Equipment anbieten. So haben die hauseigenen Techniker Ralph Berg und Dieter Neus das Modell anhand von Kundenwünschen sowie nach eingehenden Kompatibilitätstests mit den aktuellen Noritsu-Geräten und der hauseigenen „HPT“-Software favorisiert. Es garantiert die funktionssichere „Zusammenarbeit“ aller zum Ausarbeitungsequipment gehörenden Systemkomponenten. Zu den Vorgaben zählte ebenso, dass sich das Terminal bei jedem Anwender problemlos aufstellen, in die vorhandene Einrichtung integrieren lassen soll, dass es ansprechend aussieht, leicht bedienbar ist, der aktuellen technischen Entwicklung entspricht, und dass es seinen Dienst zügig

versieht. Um auch große Bilddatenmengen, wie sie beispielsweise RAW- und TIFF-Bilder aufweisen, schnell einlesen und ans Ausgabegerät weiterleiten zu können, setzen die Krefelder auf ebenso aktuelle wie bewährte Hardware. Deshalb sind die genannten technischen Daten (siehe Kasten auf Seite 31) nicht in Stein gemeißelt, vielmehr können sie abweichen, da zum Installationszeitpunkt des Terminals die jeweils technisch aktuellen Komponenten verbaut werden.

Zum Erscheinungszeitpunkt dieses Heftes besteht das Terminal der Krefelder aus den folgenden Komponenten. Getreu dem „All in one“-Prinzip bilden PC und Monitor eine technische Einheit. In dem Dell-Touchscreen-Monitor mit 23 Zoll (58 cm) Bildschirmdiagonale ist ein Dell-OptiPlex-Rechner mit i5-Intel-Prozessor, 8 GB Arbeitsspeicher und 500 GB Festplatte (siehe Tabelle auf Seite 31) integriert. Über den berührungssensitiven Monitor (kapazitiv) bedient der Kunde das Terminal. Zur Eingabe wie zum blendfreien Betrachten kann er waagrecht leicht geneigt werden. Ergonomisch günstig, direkt unter dem Monitor, ist zur Datenübernahme ein „AFT DR-7.3“-Multi-Kartenleserblock fest installiert. Dank schneller USB-3-Anbindung liest er alle herkömmlichen Speicherkarten der Typen Compact Flash, Secure Digital, xD-Picture Card, Memory Stick, microSD, MS-Micro sowie Memory Sticks bis 3.0 aus. Optional ist ein Epson-TM-200-Bondrunder für 190 Euro netto lieferbar. Über ein Kabel mit einem USB-2-Anschluss des Kiosks verbunden, kann der Bondrunder in der Nähe der Kundenstation beliebig positioniert werden. Auf die Verbindung mit Noritsu-Ausarbeitungsgeräten optimiert, verwendet der HPT-Kiosk Dell zum Ansteuern der Ausgabegeräte das original Noritsu-CT-



Jedes Selbstverarbeitungssystem für Fotofachhändler und Fotografen ist nur so gut wie das passende Equipment dazu. Mit Hilfe von Hard- und Software-Zubehör lässt sich das Angebot nämlich ausweiten, für Kunden attraktiver und für den Betreiber bequemer und ertragreicher gestalten. Vier verschiedene Zubehör-Beispiele verdeutlichen, womit sich Noritsu-Geräte sinnvoll ergänzen lassen.

► Der „HPT“-Kiosk Dell (links) besteht aus einem Touchscreen-Monitor mit integriertem PC und Speicherkarten-Laufwerksblock. Auch Tastatur und Maus gehören zum Lieferumfang, werden aber nur für Eingaben des Operators benötigt. Den Epson-Bondrucker gibt es optional. Abb.: fe

Protokoll. Somit ist der aktuelle HPT-Kiosk auch mit allen digitalen Noritsu-QSS-Minilabs kompatibel, wie zum Beispiel dem QSS-3001, der 32er und 35er Serie.

Wie aus der Terminalbezeichnung ersichtlich, wird die Station von den Krefeldern mit der aktuellen Version der „High Photo Transfer“-Software („HPT“) versehen, die laufend um weitere nützliche Bestell- und Bearbeitungsfunktionen erweitert wird. Sie ermöglicht beispielsweise auf dem zuvor beschriebenen Kundenterminal RAW-Bilddaten anzuzeigen und davon Bildprodukte zu bestellen. Bislang sei das, so Thomas Mümken, Geschäftsführer der DITMS, weder bei einem anderen Kundenterminal noch bei der Bildbestellung übers Großlabor möglich. Da es immer mehr höherwertige Kameras gibt, die RAW-Bilddaten speichern können, und weil RAW-Bilder gegenüber JPEG-Bildern mehr Zeichnung und Ausarbeitungsreserven aufweisen, lohnt sich dieser Service des Selbstverarbeiters gerade für RAW-fotografierende Konsumenten. Damit beweist der Fotofachhändler einmal mehr seine Kompetenz und bindet anspruchsvolle Kunden. Natürlich lassen sich mit „Photo & Book“ der „HPT“-Software auch Bildmehrwert-

produkte, wie Fotobücher, erstellen und bestellen. Und zwar nicht nur am Kundenterminal im Geschäft, sondern – auch das ist ein Novum von „HPT“ – mit identischer Bedienoberfläche auch am heimischen PC. Das macht es dem Konsumenten leicht, Bilder und Bildprodukte bequem online bei seinem Fotofachhändler zu bestellen. Zum großen Funktionsumfang von „HPT“ gehört unter anderem die Möglichkeit, Bilddaten von iPhone und iPad zur Bildausgabe oder Fotobuchgestaltung direkt von den populären Apple-Geräten übernehmen zu können. Gleiches gilt für die Facebook-Integration. Sie gestattet dem Verbraucher, über ein mit „HPT“ versehenes Kundenterminal auf seine in der Facebook-Cloud abgelegten Bilddaten zuzugreifen, um sie printen oder in ein Fotobuch einsetzen zu können. „Mit dem HPT-Kiosk Dell“, betont DITMS-Geschäftsführer Dipl.-Ing. Thomas Mümken, „bieten wir die derzeit im Markt leistungsfähigste Annahmestation an. Zu einem sehr attraktiven Stückpreis von 1.950 Euro netto.“ In der



► Unter dem Monitor ist der professionelle Kartenleser AFT DR-7.3 fest montiert. Für raschen Datenfluss sorgt die USB-3.0-Verbindung mit dem Rechner. Abb.: fe





► Für die sofortige Ausgabe eines einzelnen Bildes oder einiger weniger Bilder eignet sich der Sinfonia-CS2-Thermosublimationsdrucker ideal. Hierzulande gibt er meistens Prints im Format 10 cm × 15 cm aus. Abb.: fe



► Mit dem Opus-Bindesystem kann der Selbstverarbeiter ein Fotobuch in knapp drei Minuten binden. Die Klemmvorrichtung (oben) drückt – durch Ziehen des rechten Hebels – die Klemmschiene im Fotobuchrücken fest an. Der vorbereitete Umschlagdeckel passiert den Laminator (unten) in etwa einer Minute. Abb.: fe

Selbstverarbeiter-Praxis hat sich die Ausstattung eines Fotofachgeschäfts mit drei Kundenterminals bewährt. Bei stark frequentierten Geschäften lohnt auch der Einsatz von vier Stationen. Im Zuge eines Kioskaustausches, erst recht in Verbindung mit der Installation eines neuen Noritsu-Inkjetlabs, können auch mehrere HPT-Kioske Leasing-finanziert werden.

### Für ganz Eilige

Verbrauchsmaterial für den in die Jahre gekommenen IP64-Thermosublimationsdrucker ist nur noch begrenzt verfügbar. Als vollwertigen Ersatz empfiehlt der Krefelder Noritsu-Distributor DITMS den Sinfonia CS2. Dieser Thermosublimationsdrucker entspricht nicht nur dem aktuellen Stand der Technik, mit 11,5 Euro-Cent fürs 10 cm × 15 cm fallen die Printkosten auch günstiger aus als fürs gleichgroße IP64-Bild. Der kleine CS2-Thermosublimationsdrucker ist hilfreich, wenn das Inkjetlab gerade durch einen größeren Auftrag

blockiert ist, oder wenn der Bilderkunde ein einzelnes oder ein paar Bilder, beispielsweise von seinem Handy, sofort haben will. Hierzulande hauptsächlich für die Ausgabe von 10 cm × 15 cm-Sofortprints verwendet, kann das Gerät auch Bilder im Format 13 cm × 18 cm und 15 cm × 20 cm ausgeben.

Beim Formatwechsel ist mit der jeweiligen Papierrolle auch das passende Farbband einzusetzen. Fürs Printen eines 10 cm × 15 cm-Bildes benötigt der CS2 gerade einmal 11 Sekunden. Eine hohe Auflösung von 300 dpi über alle Ausgabeformate sorgt für gute Bildqualität. Die Koppelung des Sinfonia CS2 an das HPT-Kiosk Dell oder einen PC erfolgt über den USB-2.0-Anschluss. Allerdings ist der Sinfonia CS2 mit älteren Noritsu-Kundenterminals, wie CT-1, CT-2, CT-SL, CT-RS nicht kompatibel. Ein mit „HPT“ versehenes CT-EU hingegen kann mit ihm verbunden werden. Als Netzwerk-



➤ Für individuell bebilderte Cover gibt es Opus-Umschlagdeckel mit angesetzter Laminierfolie. Zwischen Deckeldecke und Laminierfolie wird das Bild positioniert. *Abb.: fe*

drucker installiert, kann der Sinfonia auch von mehreren „HPT“-Kundenstationen oder Rechnern zur Ausgabe angesteuert werden. Natürlich lässt er sich über die „HPT“-Software aktivieren.

Für die Bildausgabe an den Konsumenten kann der Betreiber unter drei verschiedenen Modi wählen. Nach dem Bestellen am Terminal bezahlt der Kunde die geordneten Bilder und bekommt das Passwort genannt, das der Kunde dann an der Station eingibt, um den Druck zu starten. Möglichkeit zwei: nach dem Bezahlen erteilt der Operator am Ordermanager die Druckfreigabe für den Auftrag. Natürlich – Alternative drei – kann die Bildausgabe auch direkt nach dem Bestellabschluss ohne irgendwelche Restriktionen starten. Dank geringer Abmessungen – Breite 272 mm, Tiefe 502 mm, Höhe 168 mm – und etwa 10 kg Gewicht kann der Sinfonia CS2 überall, bevorzugt in der Nähe der Kundenstationen, posi-

tioniert werden. Die Krefelder können sowohl den Drucker (950 Euro netto, ohne Installation) als auch die dazu erforderlichen Verbrauchsmaterialien liefern.

### Perfekt und schnell gebunden

Bislang trübte das Binden den Elan des einen oder anderen Selbstverarbeiters an der eigenen Fotobuchproduktion. „Zu zeitaufwendig und zu kompliziert“, lautet die Kritik an der handwerklichen Tätigkeit. Das hat die Krefelder DITMS nicht ruhen lassen. Neu in ihrem Zubehörangebot ist das Opus-Bindesystem. Damit ist es wirklich kinderleicht, ein handwerklich gutes, optisch und haptisch ansprechendes Fotobuch in knapp drei Minuten (!) zu binden. Dass es tatsächlich funktioniert, haben die Niederrheiner unter anderem auf der diesjährigen Ringfoto-Frühjahrsmesse demonstriert und als Film bei „youtube“ unter [www.youtube.com/watch?v=pfpJSxylouE](http://www.youtube.com/watch?v=pfpJSxylouE) geladen. DITMS-Techniker Dieter Neus zeigt und erklärt

## Spezifikationen HPT-Kiosk „Dell“ Typ „All in one“

### Rechner

➤ **Modell** Dell 9010 AIO Touch

➤ **Prozessor**  
Intel Core i5-3570S,  
3.10 Hz, 6 MB

➤ **Arbeitsspeicher**  
8 GB (2 × 4 GB),  
1600 MHz DDR3

➤ **Festplatte**  
500 GB, 7200 Rpm,  
Serial ATA III

➤ **Optisches Laufwerk**  
8 × Slimline DVD+/-RW

➤ **Wireless**  
Intel Centrino Advanced-N 6235 und  
Bluetooth 4.0, Combo Card

➤ **Tastatur/Maus**  
Gehören zum Lieferumfang  
(nur für Operatoreingaben)

### Bildschirm

➤ **Modell** Dell

➤ **Diagonale** 23 Zoll/58 cm

➤ **Touchscreen** (kapazitiv)

➤ **Betriebssystem**  
Windows 7 Professional,  
Deutsch (64 Bit OS)

### Kartenleser

➤ **Modell** AFT DR-7.3 (USB 3.0)

### Bondrucker

➤ **Modell** Epson TM-200 (USB 2.0)  
(Optional 190 Euro netto\*)

### Software

➤ **Kundenterminal**  
Photo&Book (aktuelle Version)

➤ **Preis** 1.950 Euro netto\*

\*Alle genannten Nettopreise gelten für den Warenwert zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer. Sie beinhalten keine Installation. Alle Angaben DITMS, Krefeld



► Der Screenshot zeigt beispielhaft, dass IdPhotos Pro unter anderem viele Layouts zur Kombination von Pass- und Bewerbungsbildern sowie von Miniportraits bietet. Die Gesichtserkennung (rotes Oval) wurde im linken Set, die Maske zur Kontrolle und Korrektur eines biometrisch korrekten Passbilds im mittleren Set jeweils über ein Motiv „gelegt“. Abb.: DITMS

anschaulich, wie's geht. Die Binde-Technik, grundsollide aus Metall – und somit standfest –, besteht aus einem Laminator, einer Klemmvorrichtung und einem Rollenschneider. Aufeinandergestellt, nimmt die Einheit nur wenig Platz in Anspruch. Natürlich kann man die Elemente auch nebeneinander plazieren. Als Umschlag gibt es feste schlichte schwarze und weiße Deckelelemente. Da aber immer mehr Konsumenten auch den Umschlag ihres Fotobuchs mit eigenen Bildern schmücken möchten, gibt es die Deckel für die Umschlagvorder- und -rückseite alternativ auch mit angesetzter Laminierfolie. Zwischen Folie und Deckelträger wird jeweils ein einseitig geprintetes Bild gelegt. So bestückt gibt man die Decken nacheinander in den Laminator. Bei 150°C Hitze „verschmelzen“ der Buchdeckel, das Bild und die Folie in etwa einer Minute zu einem Hochglanz-Coverteil. Zwischen die fertige Umschlagvorder- und -rückseite kommen die beidseitig geprinteten Fotobuchseiten. Sollten sich vor dem Zusammenlegen Abweichungen bei den Fotobuchseiten zeigen, wird der Selbstverarbeiter sie mit dem

Rollenschneider „egalieren“. Nun wird die Klemmvorrichtung mit einer metallenen Klemmschiene bestückt. In sie setzt der Operator die noch losen Buchelemente ein, wobei er sie am linken und rechten Anschlag der Klemmvorrichtung korrekt fluchtend ausrichtet. Zum Schluss presst der Bediener mit einem Hebel der Klemmvorrichtung die Klemmschiene am Buchrücken an, so dass eine perfekte Klemmbindung entsteht. Fertig ist das Fotobuch!

Nach der einmaligen Anschaffung der Opus-Bindetechnik braucht der Selbstverarbeiter nur noch das aus Umschlagvorder- und -rückseiten sowie den Klemmschienenbestehende Verbrauchsmaterial. Die außen schwarzen und weißen Umschlagdeckel – wahlweise mit oder ohne Laminierfolie – gibt es in den Formaten DIN A4 quer, DIN A4 hoch (Portrait) sowie in den quadratischen Formaten 20 cm × 20 cm und 30 cm × 30 cm. Die Innenseite der Deckel ist weiß. Es sind verschiedene Umschlagvariationen möglich. Zum einen den einfarbig schwarzen oder weißen glatten Einband ohne Fenster-

stanzung oder Prägung. Zum anderen vorne bebilderten und laminierten, hinten unbilderten einfachen Umschlag oder den laminierten Vorder- und Rückseitenumschlag mit (kunden)individueller Bebilderung. Gegenüber dem einfachen Umschlag ist der laminierte unempfindlicher gegenüber Fingerabdrücken, Schmutz und Feuchtigkeit. Als Umschlagbilder werden einseitig von der Rolle geprintete Bilder verwendet. Die beidseitig bedruckten Innenseiten lassen sich als Album-Sheets mit einem Noritsu D703 Duplex, einem QSS Green oder einem D1005 (HR) printen. Je nach Papierformat kann für die Buchinnenseiten dünneres oder stärkeres Material gewählt werden, was sich bei den Kosten und damit letztlich auch im Preis fürs Fotobuch bemerkbar macht. Abhängig von Seitenumfang und Papierstärke wiederum kommen Klemmschienen von 5, 7, 10, 13, oder 16 mm Breite zum Einsatz. Die mit 5 mm schmalste Schiene nimmt zwischen 8 und etwa 16 dünne Bogen, also 16 bis 32 Seiten, einschließlich Cover auf. In Büchern mit 13 mm beziehungsweise 16 mm breiten Klemmschienen finden immerhin zwischen 40 bis 50 Blatt mit 80 bis 100 Seiten Platz. In der Angebotspraxis hat sich die Staffellung bewährt. So kann der Fotohändler Fotobücher mit 5 mm breiter Schiene beispielsweise von 16 bis 32 Seiten, mit 7 mm breiter Schiene von 36 bis 48 Seiten und so weiter preislich abgestuft offerieren.

Bei der Kalkulation ist zu berücksichtigen, dass der Mehrwertsteuersatz für Fotobücher in Deutschland abhängig davon ist, ob das Fotobuch eine „feste“ oder „lose“ Bindung aufweist. So unterliegt das Fotobuch mit der hier beschriebenen (festen) Klemmbindung einem verringerten Mehrwertsteuersatz von 7 Prozent, das Fotobuch mit (loser) Spiralbindung hingegen der vollen 19prozentigen Mehrwertsteuer. Weitergehende Informationen finden sich dazu unter anderem auf den Internetseiten deutscher Großfinisher, die sich maßgeblich für die günstigere Be-

steuerung der fest gebunden Fotobücher eingesetzt haben. Wegen der guten Resonanz auf das Opus-Bindesystem bei den Messe-Vorstellungen und bei den DITMS-Kunden, die es bereits nutzen, wird dessen „HPT“-Integration in Kürze abgeschlossen sein. Dann kann der Verbraucher sein Fotobuch mit Opus-Klemmbindung unter „HPT“ auch am PC-Monitor kreieren und sehen, wie das fertige Produkt aussehen wird. Das komplette Opus-Bindesystem, bestehend aus Laminator, Klemmsystem und Rollenschneider, bieten die Krefelder Selbstverarbeitern für netto 950 Euro an. Zum Starterpaket gehört auch ein Verbrauchsmaterial-Set. Zudem hat die DITMS GmbH das komplette Verbrauchsmaterial als Lagerware vorrätig.

### **Amtlich korrekt und viel mehr**

Bekanntlich sind Pass- und Bewerbungsbilder für Fotografen und Fotofachhändler ein wichtiges, ertragreiches Segment. Als besonders praktisch, leicht zu handhaben und obendrein schnell stufen die Krefelder die Passbild-Software IdPhotos Pro von der Firma Pixeltec ein, die weit mehr als nur biometrisch korrekte Passbilder „erzeugen“ kann. Das Dongle-geschützte Programm beinhaltet derzeit 160 Bild-Variationen von über 50 Staaten. Allein für Deutschland sind 15 Variationen hinterlegt. Damit liefert es beispielsweise korrekte Bilder für Personalausweis, Reisepass, Visum, die elektronische Gesundheitskarte und die Bewerbung. Dank der hinterlegten Layouts fällt es leicht, entsprechend „normgerechte“ Ausweisbilder zu erstellen. Nach der Aufnahme können die Bilder entweder durch Direktvernetzung per Wi-Fi- oder WLAN-Schnittstelle oder manuell mittels Speicherkarte an den Rechner übermittelt werden, der mit der Software versehen ist.

Dafür eignet sich im Noritsu-Equipment der „EZ Controller“-PC, aber ebenso ein Rechner im Fotostudio, im Geschäft oder im Büro. Demnächst wird „HPT“ einen Passwort-geschützten Passbild-Button aufweisen, so dass die Passbildfunktion auch

#### **> Die Vorteile**

Das vorgestellte Zubehör ist für den Betreiber von Vorteil, weil die Krefelder die reibungslose Zusammenarbeit mit den Noritsu-Geräten getestet haben.

am „HPT“-Terminal vom Fotografen/Fotohändler aufgerufen werden kann. Nach Anwahl des Landes – beispielsweise Deutschland – und des Bildertyps, zum Beispiel „Biometrisches Passbild“, erscheint eine Übersicht der zuvor gemachten Aufnahmen. Daraus wählt man das gewünschte Bild aus. Mit einer Gesichtserkennung versehen, wählt die Software automatisch einen „normgerechten“ Ausschnitt des Gesichts. Entspricht die Aufnahme den Vorgaben, wird das Passbild selbsttätig von der Software optimiert und korrekt angezeigt. Beim Fotografieren sollte darauf geachtet werden, dass oberhalb und unterhalb der Gesichtsabbildung noch Raum fürs Verschieben und Einpassen des Gesichts vorhanden ist. Zur Kontrolle und eventuell notwendigen Korrektur platziert die Software überm Gesichtsfeld eine Maske. Falls nötig, kann die Gesichtsabbildung geneigt, verschoben, können Ausschnittposition und -größe angepasst werden. Neben der Auto-Korrektur sind diese Veränderungen natürlich auch manuell möglich. Abweichungen von der vorgegebenen Norm werden an den betroffenen Stellen im Bild mit gelben Achtung-Zeichen auffällig markiert. Reichen die vorgenommenen Korrekturen aus, verschwinden die Warnhinweise. Danach lassen sich noch Kontrast, Farbe und Schärfe des Bildes verändern, selbst kleinere Retuschen, wie das Entfernen von Hautunreinheiten oder das Glätten von Falten, sind mit dem Programm möglich. Alternativ kann der Fotograf das mit IdPhotos Plus normgerecht aufbereitete Bild auch mit einem anderen Bildbearbeitungsprogramm optimieren. IdPhotos Plus kann das fertige Bild speichern oder einen Drucker aktivieren.

Set mischen. Möglich ist ebenso eine Kombination von Pass- und Bewerbungsbildern. Zusätzlich zu den vielen Set-Variationen, die das Programm bereits beinhaltet, steht es dem Fotografen/Fotohändler frei, das Programm um eigene, selbstkreierte Set-Layouts zu erweitern. Wer sich beim Fotografieren des Passbildkunden an die Mindeststandards fürs jeweilige Passbild hält, wird mit IdPhotos Pro schnell zu korrekten Passbildern kommen. Einen guten Eindruck von der Software vermittelt ein Kurzvideo, das sich unter [www.idphotos.info](http://www.idphotos.info) findet. Wer's genauer wissen will, und ausschussfrei ausprobieren möchte, kann sich eine reine Demoversion des nützlichen Programms herunterladen. Von IdPhotos Pro überzeugt, bietet DITMS das Programm im Bundle mit „QSS Printer Driver“ zum Nettopreis von 480 Euro an. Damit verbunden ist dann auch der Telefon-Support der Krefelder. Der QSS-Treiber ist zur komfortablen Direktausgabe der Bilder auf Noritsu-Geräten erforderlich.

### **Chancen erleben**

Knapp ein Jahr nach dem Umzug von Willich ins benachbarte Krefeld lädt Noritsu-Distributor DITMS Kunden am 15. Juni 2013 zur „Open House 2013“ in seine Geschäftsräume ein. Von 10.00 Uhr bis 16.00 Uhr geht es in kurzweiligen Vorträgen um Chancen, die sich dem Fotohändler und Fotografen als aktiver Selbstverarbeiter bieten. Details nennt das Programm im Kasten links. Anmeldungen sind ab sofort telefonisch unter 021 54-91 57 30 und per E-Mail unter [open-house@ditms.de](mailto:open-house@ditms.de) möglich.

### **Programm Open House 2013 15. Juni 2013**

**> 9.30 Uhr – 10.00 Uhr**

Eintreffen der Besucher

**> 10.00 Uhr – 10.15 Uhr**

Begrüßung durch DITMS-Geschäftsführer Thomas Mümken

**> 10.15 Uhr – 11.00 Uhr**

Veränderungen sind immer Chancen. Der Fotofachhandel hat eine Zukunft. Referent Kurt Freund, Geschäftsführer Imaging Power GmbH, CH

**> 11.00 Uhr – 12.00 Uhr**

Neue Funktionen HPT und Kiosk, biometrische Passbildsoftware Präsentation von Ralph Berg, Support der Dipl.-Ing. Th. Mümken Sales GmbH

**> 12.00 Uhr – 16.00 Uhr**

Praktischer Teil:

Gemeinsames Anlegen, Erstellen und Produzieren von Fotobüchern, Karten und anderen Mehrwertprodukten durch die Teilnehmer mit Dieter Neus, Support der Dipl.-Ing. Th. Mümken Sales GmbH

Anschließend besteht die Möglichkeit zum individuellen Austausch mit Vertrieb und Technik

Vor der Ausgabe bietet das Programm eine Vielzahl von Package-Set-Layouts zur Auswahl an. So lassen sich beispielsweise statische biometrische Bilder mit ansehnlicheren Miniportraits im Passbildformat oder mit 10 cm x 15 cm-Prints zu einem für den Passbildkunden attraktiven

# Ihre persönlichen Ansprechpartner



> **Norddeutschland**

Frank Pohlmann  
0173-9 70 17 54  
[frank.pohlmann@ditms.de](mailto:frank.pohlmann@ditms.de)



> **Disposition und  
Bestellannahme für  
Verbrauchsmaterial**

Ralf Paulsen  
+ 49 (0) 21 54-91 57 31  
[ralf.paulsen@ditms.de](mailto:ralf.paulsen@ditms.de)



> **Ost-/Südostdeutschland**

Majo G. König  
0173-9 12 66 50  
[majo.koenig@ditms.de](mailto:majo.koenig@ditms.de)



> **Technical Support**

Dieter Neus  
+ 49 (0) 21 54-91 57 79  
[dieter.neus@ditms.de](mailto:dieter.neus@ditms.de)



> **West-/Südwestdeutschland**

Mirko Wild  
0172-2 05 80 34  
[mirko.wild@ditms.de](mailto:mirko.wild@ditms.de)



> **Technical Support**

Ralph Berg  
+ 49 (0) 21 54-91 57 66  
[ralph.berg@ditms.de](mailto:ralph.berg@ditms.de)



> **Benelux**

Lex Engel  
+ 31 (0) 65-1 24 11 77  
[lex.engel@ditms.de](mailto:lex.engel@ditms.de)



> **Geschäftsführer**

Thomas Mümken  
+ 49 (0) 21 54-91 57 30  
[thomas.muemken@ditms.de](mailto:thomas.muemken@ditms.de)



> **Schweiz / Österreich**

Kurt H. Freund  
+ 41 (0) 44-7 80 15 63  
+ 41 (0) 79-4 36 44 81  
[kurt.freund@imagingpower.com](mailto:kurt.freund@imagingpower.com)



> **Vertriebsinnendienst**

Heike Borges  
+ 49 (0) 21 54-91 57 30  
[heike.borges@ditms.de](mailto:heike.borges@ditms.de)

> **Deutschland** > **Österreich** > **Schweiz** > **Benelux** > **Dänemark** > **Schweden** > **Norwegen**  
> **Finnland** > **Estland** > **Lettland** > **Litauen** > **Belarus** > **Ukraine** > **Moldawien** > **Ungarn**



**NORITSU**

*Die Zukunft  
printet beidseitig*