

imaging markt

Das Journal für Minilab, Finishing + Digital Imaging

Systemübergreifend Fotobücher mit Mac und PC erstellen





Abb.: Foto & Studio Tischler

Wer nicht wagt, der nicht gewinnt. Er hat es schon früh gewagt und ist, wie seine Kunden, zufrieden. Mehr über ihn und sein Vorgehen erfahren Sie ab Seite 4.



Abb.: DITMS/Wild

Mit seinem Team machte er sich selbständig. Über den Wandel und die Entwicklung des Bildergeschäfts äußert er sich ab Seite 10.



Screenshot: D. Neus

Mit Apples Aperture-Software lassen sich Fotobücher auf dem Mac erstellen und mit dem D1005HR ausgeben. Wie's geht, erfahren Sie ab Seite 14.

Das Online-Geschäft wächst rasant, auch im Bereich der Bilddienstleistungen. Wie gut, daß es HPT gibt. Mehr dazu ab Seite 19.



Screenshot: DITMS

Erfahrungsbericht 4
Foto & Studio Tischler,
Hattingen/Ruhr
Fotobücher für alle

Interview 10
Thomas Mümken zum Bilder-
markt und zu seinem Unternehmen
Voll ins Schwarze

Software 14
Eigene Aperture-Fotobücher
mit dem D1005HR ausgeben
Völlig Mac-kompatibel

Anwendung 19
Mit HPT Fotobücher leicht
und online bestellt
Verlockend schön und einfach

Minilab 29
Ab März 2012 lieferbar: Noritsu
neue QSS-38er Geräteserie
Nasse in Bestform

Impressum

Herausgeber:
Dipl.-Ing. Thomas Mümken Sales
GmbH
Siemensring 87, 47877 Willich
Telefon: 0 21 54/91 57 30
Telefax: 0 21 54/91 57 39
E-Mail: info@ditms.de
Internet: <http://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,
E-Mail: thomas.muemken@ditms.de;
Heinz-Joachim Fehl,
Telefon: 0 21 54/91 57 30,
E-Mail: joachim.fehl@ditms.de

Redaktionsanschrift:
Redaktion Imaging Markt,
Dipl. Ing. Th. Mümken Sales GmbH,
Siemensring 87, 47877 Willich
Anzeigen:
Dipl.-Ing. Thomas Mümken
(verantwortlich);
Telefon: 0 21 54/91 57 30,
E-Mail: thomas.muemken@ditms.de

Gestaltung & Herstellung:
Dipl.-Designerin
Barbara Schmitz, Düsseldorf
www.barbara-schmitz.de;

Lilodruck OHG, Düsseldorf

Erscheinungsweise:
viermal im Jahr

Titelbild: Th. Mümken

© Dipl.-Ing. Thomas Mümken Sales GmbH, 47877 Willich
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, Thomas Mümken Sales GmbH, Siemensring 87, 47877 Willich, und Urhebervermerk zulässig. Erfüllungsort und Gerichtsstand: 47877 Willich.

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

Selbst-Bestimmung

Verehrte Leserinnen und Leser, gut informiert zu sein, ist auch im Bilder-geschäft wichtig. Deshalb hat die deutsche Noritsu seit 1997 mit dem „Imaging Markt“ eine eigene deutschsprachige Publikation für Fotofachhändler, Fotografen und Selbstverarbeiter herausgegeben. Ihre stete Nachfrage nach dieser „Bilder“-Information veranlaßt uns, sie – wieder in gedruckter Form! – weiterzuführen und Ihnen kostenlos zuzusenden.

Unser Anliegen ist es, Ihr Bilder-geschäft zu stärken und zukunftssicher auszubauen. Mit dem D1005HR vertreiben wir ein Modell der vierten Noritsu-Trockenlab-

sehr, daß sich Teile des Fachhandels davon nicht wieder erholt haben. Warum sollte ein Konsument für ein SB-Kioskbild beim Fotofachhändler mehr bezahlen, wenn er das gleiche SB-Produkt im Drogeriemarkt billiger bekommt? Und: im Drogeriemarkt ist er sowieso, das Fotofachgeschäft hingegen muß er gezielt „extra“ aufsuchen. Selbst wenn das SB-Bild vom Fachhändler nicht teurer ist als im Drogeriemarkt, stellt sich dem Konsumenten die Frage nach dem Mehrwert. Kurzum, das digitale Fotoarbeitengeschäft ist als lukrative Dienstleistung gegenwärtig und zukünftig für den Fotofachhandel viel zu

professionelle Nutzer höchst attraktiv und für Händler/Fotografen lukrativ. Die Möglichkeit, herkömmliche wie individuelle Bilderwünsche der Kunden schnell selbst erfüllen zu können, ist gegenüber Anbietern, die „fremd“ fertigen lassen, nach wie vor ein großer Wettbewerbsvorteil. Ein weiteres Plus der Eigenproduktion ist neben der Lieferzeitflexibilität die Qualitätshoheit. Von der Bilddaten-Annahme über die Fertigung bis zur Bildübergabe an den Kunden „haben Sie's in der Hand“. Mit der Bildbestellung via Internet hat sich der Wettbewerb ums Amateurbildsegment und ums lukrative Geschäft mit Fotomehrwertprodukten weiter verschärft. Schon jetzt werden die weitaus meisten Fotobücher online bestellt. Diesem Wettbewerb kann sich der selbstverarbeitende Fotohändler durchaus selbstbewußt stellen, wie beispielsweise der Eigner von Foto & Studio Tischler in Hattingen (s. S. 4 – 9) in der Praxis beweist. Immerhin ist der Unternehmer so erfolgreich, daß er im Oktober 2011 eine Filiale eröffnet hat. Demgegenüber belegt der Blick zurück in die 90er Jahre, wie fatal es sein kann, Entwicklungen zu ignorieren. Damals versuchte CeWe mit großem Aufwand, dem Fachhandel das Indexprint nahezubringen. Mit mäßigem Erfolg. Erst als die Drogeriemarkte das Übersichtsbild nutzten, um noch mehr Bilderkunden vom Fachhandel in die eigenen Geschäfte zu lenken, entdeckte auch der Fachhandel das Potential des Indexprints. Gerade weil das digitale Bilder-geschäft so viele und so individuelle Produkt- und Ausarbeitungsmöglichkeiten wie nie zuvor bietet, sollte der Fotofachhändler/Fotograf es anpassen, ausbauen, pflegen und sprichwörtlich in die eigene Hand nehmen. Schließlich ist es ein Kernbereich seines Geschäfts, in dem er seine Kompetenz und seine unternehmerische Freiheit zum eigenen Vorteil wie zum Wohle seiner Kunden weitgehend uneingeschränkt ausspielen kann.



Generation seit 2002. Natürlich hängt der Erfolg Ihres Bilder-geschäfts keineswegs allein vom Betrieb eines Ausarbeitungsgerätes ab. Doch es ist „das“ geeignete Mittel zum Zweck, wenn damit kundengerechte Produkte gefertigt und offensiv vermarktet werden. Dann erweist sich das eigene Produktionsmittel für Sie als die technisch wie wirtschaftlich richtige Investition.

Als nützliche Ergänzung zum Trockenlab ist das Kiosk zweifelsohne sinnvoll. Doch nur auf SB-Stationen zu setzen, ist ein riskantes Geschäftsmodell. Der Rückblick zeigt warum. Als die Großfläche und die Drogeriemärkte einst das leichte Bilder-geschäft für sich entdeckten, geriet es beim Fotofachhandel mächtig unter Druck. So

wichtig, als daß er es einer vermeintlich simplen SB-Philosophie zuliebe gefährden sollte. Auch deshalb legen die Willicher auf die individuelle Kundenbetreuung größten Wert. Wie sehr ihre kompetente Beratung geschätzt wird, zeigt das große Interesse und der Zuspruch der Fachbesucher auf dem DITMS-Stand bei Messen und Veranstaltungen, an denen die Willicher teilnehmen.

Das aktuelle Fotoarbeitengeschäft geht längst weit über die einst von Standardformaten geprägte Volumenfertigung hinaus. Laufend werden neue Bild-Ideen und viele Bild-Variationen kreiert, wie die stetig wachsende Zahl der Fotomehrwertprodukte augenfällig zeigt. Das macht das „Papier“-Bild für Konsumenten wie für

Viel Spaß beim Lesen und viele interessante Anregungen wünscht Ihnen Ihr

Thomas Mümken

Mittags, nach Abflauen des Paßfoto- und Bewerbungsbildgeschäfts, printet man mit dem D1005 die Fotobücher.



Alle Abb.: Foto & Studio Tischler

Vor eineinhalb Jahren hat Fotohändler Hans-Peter Schuffert damit begonnen, seiner Kundschaft aktiv Fotobücher zu offerieren. Ein klares Konzept, gepaart mit attraktiven, auf die lokale Kundschaft zugeschnittenen Angeboten, führt – wie seit längerem schon beim Amateurbildgeschäft – auch dabei zum Erfolg.

Foto & Studio Tischler, Hattingen/Ruhr Fotobücher für alle

Im Sommer 2010 tauschte der Unternehmer den vier Jahre alten Noritsu dDP-421 gegen ein aktuelles Noritsu-D1005-Gerät. Da das Neue auch beidseitig printen kann, gab er die Fremdfertigung konfektionierter Fotobücher zugunsten der Eigenfertigung auf. Seither produziert der Hattinger Fotofachhändler attraktive Fotobücher für seine Amateurbildkunden wie für seine Portraitektundschaft selbst.

Mit „HPT“ und Fastbind

Das Angebot umfaßt Fotobücher in drei verschiedenen Formaten: 20x20 cm, DIN A4 (etwa 20x30 cm) und 30x30 cm. Allen gleich ist der 24seitige Umfang sowie das Softcover. Womöglich wird es demnächst auch eine Hardcover-Alternative geben. Allerdings ist sie fertigungstechnisch aufwendiger, bezüglich des Materials kostspieliger, was zwangsläufig zu einem höheren Verkaufspreis derartiger Fotobücher führen würde. Regular beträgt die Lieferzeit der Hattinger für ein Fotobuch zwei Tage. Nach vorheriger Absprache können ganz Eilige es auch schon „am nächsten Tag“ bekommen. Daß Kunden ihr Buch

noch schneller haben wollen, ist noch nicht vorgekommen. „Bislang“, so H.-P. Schuffert, „sind unsere Kunden mit unserem Fotobuchangebot vollauf zufrieden, das wir aus praktischen wie verkaufstaktischen Gründen bewußt in dieser Weise gestaltet haben.“ Zum Binden verwendet man „zur allseits vollen Zufriedenheit“ Geräte und Materialien von Fastbind. Bis zu 168 Bilder kann der Kunde auf den 24 Seiten eines Fotobuchs unterbringen, wobei die Hattinger ihren Kunden empfehlen, eher weniger, aber größere Abbildungen, als (zu) viele (zu) kleine einzusetzen. Als Fotobuchsoftware nutzt H.-P. Schuffert von Beginn an „HPT“ („High Photo Transfer“). Die Eigenentwicklung von Noritsu wird von der Willicher DITMS GmbH gepflegt und marktspezifisch sinnvoll weiterentwickelt, ohne die Software durch Funktionsvielfalt zu überfrachten. Für den Hattinger Fotofachhändler gab es drei „gute Gründe“ sich für „HPT“ zu entscheiden: „Die Software macht es Anfängern wie Amateuren, die nur gelegentlich ein Fotobuch erstellen, durchweg leicht, ohne Frust selbst zum gewünschten Buch-Ergebnis zu kommen. Zweckmäßig

„Ich mache generell keine Geschäfte, bei denen ich Geld zulegen muß.“



Unternehmer Hans-Peter Schuffert achtet vor und nach Ausgabe der Fotobuchseiten auf exzellente Wiedergabequalität.

ist die identische ‚HPT‘-Bedienoberfläche bei der Online-Bildbestellung wie der Bestellung am Kundenterminal in unserem Geschäft. Auch die Kompatibilität von ‚HPT‘ mit unseren Noritsu-Geräten erweist sich als systemstabilisierender Vorteil.“

Stärke von Bild und Album vereint

Auf den Fotobuchservice weist Foto Tischler seit nunmehr eineinhalb Jahren im Schaufenster, auf der Homepage und beim Gespräch mit den Kunden am Tresen hin. Zu Beginn hat H.-P. Schuffert auch noch mit Inseraten in der Lokalpresse dafür geworben. Nicht nur Bilderkunden, sondern wann immer sich eine Gelegenheit beim Austausch mit Kunden bietet, fragen die Hattinger ihr Gegenüber: „Kennen Sie schon unsere Fotobücher? Sie können sich Ihr Buch mit Ihren eigenen Bildern selbst gestalten, und wir produzieren es Ihnen hier im Betrieb.“ Häufig entwickelt sich so ein Austausch, bei dem die Fotofachleute weitere Details nennen und gezielte Fragen der Angesprochenen beantworten. Entscheidend, so H.-P. Schuffert, sei es, erst einmal das Interesse des Gegenübers auf Fotobücher zu lenken. Es werde digital zwar viel öfter als einst auf den Auslöser gedrückt, doch die meisten Aufnahmen schlummerten leider ‚auf ewig‘ als Dateien auf irgendwelchen Datenträgern. Eine Möglichkeit, zumindest einen Teil davon auf Papier zu bringen, sei das Fotobuch. Es verbindet die Vorteile des Papierbildes mit dem Fotoalbum, läßt aber ungleich mehr Spielraum bei der kreativen Gestaltung und beim Betexten zu und ist von je-

dermann durchweg leicht zu erstellen. Diese Argumentation, unterstützt von ansprechenden Musteralben, macht so manchen Kunden neugierig. Auch solche, die schon lange keine Bilder mehr von ihren Aufnahmen haben machen lassen. Ist erst einmal das Interesse des Kunden geweckt, weist man ihn auf „unsere einfach zu handhabende Software“ hin, mit der er „am besten daheim am eigenen PC in aller Ruhe“ seine Fotoalben erstellen kann. „Bitte nehmen Sie unsere Fotobuchsoftware auf CD mit. Sie können sie sich aber auch daheim von unserer Homepage herunterladen. Das ist so oder so für Sie kostenlos“, setzen die Hattinger geschickt nach. Am Bildannahmeterminal führen sie dem Kunden mit ein paar Aktionen vor, wie leicht es damit ist, selbst ein Fotobuch zu erstellen. „Genauso klappt das bei Ihnen zu Hause. Unsere Software hier ist nämlich mit der Version, die Sie sich auf Ihren PC laden, absolut identisch. Wenn Sie beim Gestalten daheim Fragen haben, rufen Sie uns einfach an, wir helfen Ihnen dann weiter.“ Diese Vorgehensweise habe sich bewährt, versichert H.-P. Schuffert. Natürlich ist es Kunden auch möglich, ihr Fotobuch komplett oder teilweise an einem Terminal im Geschäft zu kreieren, was in der Praxis aber nicht passiert. „Es kommt“, berichtet der Unternehmer, „ab und zu schon mal vor, daß ein Fotobuchneuling unsere aktive Hilfe erbittet. Dem geben wir Starthilfe, indem wir mit ihm hier am Terminal einen Crash-Kurs machen – und dann paßt’s.“ Die Fortgeschrittenen fragen schon mal nach weite-



Attraktive Muster sind Voraussetzung für ein gutes Fotobuch-Geschäft.



Auch im Schaufenster wirbt man fürs Fotobuch.



Das Geschäft befindet sich in der Fußgängerzone der Hattinger Innenstadt.

Gleich am Eingang stehen die Bild-Annahmeterminals. Auf einem demonstriert man Kunden, wie sie mit der „HPT“-Software ihre eigenen Fotobücher kreieren können.



In der Annahmezone stößt der Kunde auf Angebote und ansprechende Muster.

Selbstverständlich nutzen und bewerben die Hattinger das Fotobuch auch für ihr Portraitgeschäft.



ren Gestaltungsmöglichkeiten und Tricks, wie sie diese oder jene Layoutidee umsetzen können. Auch ihnen zeigt man am Terminal, wie sie am besten vorgehen.

Keineswegs nur ein Saisonartikel

Rund 98 Prozent aller Fotobuchaufträge erhalten die Hattinger von ihren Kunden übers Internet. Nur einige wenige Kunden gestalten ihr Fotobuch daheim, speichern es auf einem USB-Stick, mit dem sie ins Geschäft kommen. Den „typischen“ Fotobuchkunden gibt es nicht. Die jungen Familien schätzen es ebenso wie die aktiven Rentner und alle Altersgruppen dazwischen. „Gerade nach Urlauben oder Reisen kommen manche Kunden häufiger ins Geschäft, um ihre fertigen Fotobücher abzuholen, dann wieder sieht man sie oft ein paar Monate nicht“, berichtet H.-P. Schuffert. Es gibt Kunden, die anlaßbezogen – etwa für einen runden Geburtstag eines Angehörigen oder Freundes – ein einzelnes Buch erstellen, aber auch die Kunden, die vom Vereinsausflug für die Mitreisenden zehn oder mehr identische Bücher ordern. „Fotobuchkunden sind durchweg ‚fotoaffin‘ und treffen ihre Bildauswahl

recht sorgfältig, wobei sie durchweg auf gute aufnahmetechnische wie gestalterische Qualität achten“, berichtet der Hattinger Unternehmer. Anders als vermutet, hat sich das Fotobuch bei ihm nicht als Saisonartikel erwiesen. Im November und Dezember 2010 war das Aufkommen zwar etwas höher als in den anderen Monaten, aber nach den bisherigen Erfahrungen „läuft es das ganze Jahr über konstant gut“.

Steigerungsfähiges Zusatzgeschäft

Am häufigsten erstellen die Kunden der Hattinger Fotobücher in 20x20 cm und in 20x30 cm. Ersteres kostet regulär 12,90 Euro, das rechteckige 14,90 Euro. Fürs 30x30-cm-Exemplar verlangt man 19,90 Euro. Gemessen an den Kosten für Bilder im Standardformat und ein passendes Fotoalbum sind die Preise für die Fotobücher offensichtlich attraktiv. Gleichwohl regt Hans-Peter Schuffert den Fotobuchverkauf gezielt durch Aktionen an. Das ganze Jahr über bietet er monatlich wechselnd jeweils eines der drei Bücher um zwei bis drei Euro günstiger an (s. Tab. S. 9). Dann gibt es das 20x20-cm-Fotobuch beispielsweise schon für 9,99 Euro. „Der Preis von unter 10 Euro führt zu einem Mitnahmeeffekt, bei dem manche Kunden spontan agieren. Mit unseren Fotobüchern gewinnen wir aber auch Kunden, die noch nie ein digitales Bild auf Papier haben machen lassen“, berichtet der Fotofachmann. Die Idee, einzelne Bildprodukte zeitlich befristet günstiger anzubieten, praktiziert der Hattinger – mit Installation seines ersten Ausarbeitungsgeräts – bereits seit 2006. Seither gibt es von Dienstag bis Freitag ein „Standardformat“ zum Tages-Aktionspreis (s. Tab. S. 9). Am Dienstag beispielsweise das 10x15-cm-Bild mengenunab-

hängig für 19 Euro-Cent. An den anderen Tagen kostet es mengenabhängig 0,29 Cent (bis 49 Bilder), 27 Cent (50 bis 99 Bilder) oder 25 Cent (ab 100 Bilder). Die gezielte, zeitlich klar definierte Preiswerbung hat sich bei der Tischlerschen Kundschaft etabliert. So ist dienstags das Aufkommen an 10x15-cm-Aufträgen logischerweise am höchsten. Gleiches gilt für die anderen Formate an den anderen Wochentagen. „Damit können sowohl unsere Kunden als auch wir gut leben“. So mancher Kunde bestellt zusätzlich schon mal ein größeres Bild, kauft

Bilderrahmen, eine Speicherkarte oder einen Akku. Mit seinen Aktionen bindet der Hattinger nicht nur seine Kunden, er hält damit auch sein herkömmliches Bildergeschäft seit Jahren stabil. Beim Fotoarbeitenaufkommen verzeichnet man keinen Zugewinn, aber auch keine Einbrüche. „Die Fotobücher sind im dahindümpelnden Bildergeschäft eine zusätzliche Einnahmequelle. Diese Umsätze kommen ‚oben drauf‘, was wir sehr gut beziffern können, weil wir sie seit Beginn unserer Fotobuchproduktion gesondert erfassen.“



Kunden erhalten die „HPT“-Software zur Fotobucherstellung kostenlos: auf CD (CD-Cover i. Bild) oder als Download von der Homepage der Hattinger.

Kurzportrait Foto + Studio Tischler

Firma: Foto & Studio Tischler, Grosse Weilstraße 11, 45525 Hattingen, Tel. 0 23 24 / 2 16 66

Mail-Adresse: hps@fototischler-hattingen.eu

Internet: www.fototischler-hattingen.eu

Inhaber: Fotohändler Hans-Peter Schuffert ist über 30 Jahre im Fotofachhandel tätig; Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann, über 20 Jahre Filialeitung im Fotofachhandel. Freiberuflich hat er drei Jahrzehnte für die Regionalausgabe der „WAZ“ als Reportagefotograf gearbeitet. Im Oktober 2006 übernahm H.-P. Schuffert von Tischler jun., dem Sohn des Gründers, das damals schon seit 50 Jahren bestehende Hattinger Fotogeschäft.

Lage/Erreichbarkeit: 1B in der Fußgängerzone im Zentrum von Hattingen; Parkmöglichkeiten im nahegelegenen EKZ

Betriebsfläche: insg. 180 m²; Ladenlokal mit kleinem Paßstudio im Erdgeschoß etwa 80 m², Studio darüber etwa 100 m²

Beschäftigte: 4 TZ-Kräfte einschließlich zweier Fotografinnen und Unternehmer Hans-Peter Schuffert

Angebotsumfang: Fotofachhandel mit gutgehendem Geräte- u. Zubehörgeschäft, Paß-, Bewerbungsbilder, Portraits aller Art, digitale Bildausarbeitung von Kundenaufnahmen sowie eigenen Studioaufnahmen mit einem Noritsu D1005

Kundenstruktur: alle Alters- u. Einkommenschichten, hoher Stammkundenanteil, vermehrt auch Touristen des Ruhrtalwander- und -radwegs

Wettbewerber: Saturn, dm, ein Fotofachhändler, ein Portraitfotograf

Kooperationsmitgliedschaft: Optimal-Foto und Foto-Verbund, Bergkamen

Filialisierung: Seit Oktober 2011 ein Paß- und Portraitstudio einschl. Amateurbildausarbeitung und beschränktem Handelswarensortiment als Shop-in-Shop im etwa 20 km entfernten Sprockhövel (25.774 Einwohner – 31.12.10 lt. Internetseite d. Stadt Sprockhövel). Die Nachbarstadt gehört lange schon zum Einzugsgebiet des Hattinger Hauptgeschäfts.

Daten zu Hattingen/Ruhr*

Lage: NRW/Ruhrgebiet/Ennepe-Ruhr-Kreis zwischen Bochum, Essen, Wuppertal, Witten

Einwohnerzahl: 55.963 (am 31.12.2010)

Fläche: 71,39 km² = 784 Einw./km²

*Quelle: Stadt Hattingen

Dazu Vergleichsdaten der Stadt Essen/Ruhr:

Einwohnerzahl: 569.887 (am 30.06.2011)

Fläche: 210,3 km² = 2.710 Einw./km²

Wirtschaftsdaten Hattingen

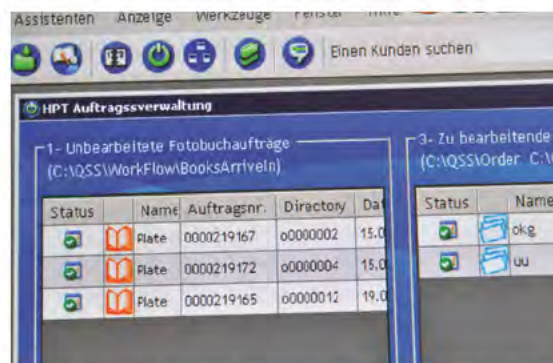
Kaufkraftkennziffer 2008: 106,2

Umsatzkennziffern 2008: 77,7

Quelle: GfK Marktforschung über IHK im mittleren Ruhrgebiet

Arbeitslosenquote: 7,9%

Quelle: Monatsbericht der Bundesagentur f. Arbeit - Agentur für Arbeit Hagen, Berichtsmonat April 2011



Die Auftragsverwaltung in „HPT“. Sie weist eindeutig die noch offenen und die bereits bearbeiteten Aufträge aus.



Seit Sommer 2010 ist das Ausarbeitungsgerät bei den Hattingern im Einsatz.



Hingucker: Attraktiv präsentiert verkaufen sich die Produkte auch übers Jahr gut.

Markenqualität, hinter der man steht

Als vollwertiges Ersatzprodukt haben sich die Fotobücher im Portraitgeschäft etabliert, das zusammen mit dem seit jeher stark ausgeprägten Paß- und Bewerbungsbildsegment ganz wesentlich zum Ertrag des Hattinger Unternehmens beiträgt. Während bei „Hochzeiten“ und anderen Portraitanlässen Bilderrahmen nach wie vor noch gekauft werden, sind klassische Fotoalben nicht mehr gefragt. An ihre Stelle sind Fotobücher getreten. Neben besonders hochwertigen Exemplaren eines externen Dienstleisters, die man hauptsächlich Hochzeitspaaren anbietet, offeriert man mit Erfolg vor allem die eigenen. So ordern Vermählte zur Serie gern das hauseigene 30x30-cm-Fotobuch für 99 Euro.

In Verbindung damit sind für 50 Euro zwei Elteralben im Format 20x20 cm zu haben. Bei Akt- und Erotik-Kundinnen sehr beliebt ist das 20x20-cm-Fotobuch für 50 Euro Aufpreis zur gewählten Serie. Das 24seitige Softcover-Fotobuch enthält – einschließlich der Titelseite – 13 Schwarzweißbilder. Vollflächig werden sie ausschließlich auf den jeweils rechten Sei-

ten des Buches plaziert. Die gegenüberliegenden linken Seiten bleiben schwarz, auf Wunsch auch weiß.

Durchweg ab der Mittagszeit, nach dem Abflauen des täglichen Paßbildgeschäfts, arbeiten die Hattinger die Fotobücher aus. Paß- und Bewerbungsbilder werden vorrangig ausgegeben, weil die Kunden auf die Bilder warten. Das ist für H.-P. Schuffert und sein Team ein leichtes, denn eine laufende Ausarbeitung kann am D1005 jederzeit unterbrochen und nach Ausgabe

„Unsere Bilder werden immer ‚geprintet‘ oder ‚produziert‘, aber niemals ‚gedruckt.‘“

der Paß- und Bewerbungsbilder wieder „nahtlos“ fortgesetzt werden. Bevor die Fotobuchdateien aufs Papier kommen, prüft der Fotograf sorgfältig Seite für Seite die Bilder und das Seitenlayout. Dieses Vorgehen verhindert Produktionsausschuß und dient der Qualitätssicherung. Dem Kunden gegenüber sagt man immer, daß die Bilder und Fotobücher geprintet oder produziert werden. „Wir sprechen niemals von ‚gedruckt‘. Das assoziiert der Kunde mit seinem Drucker daheim und hält die Qualität nicht für professionell“, begründet H.-P. Schuffert. Als erfahrener Reportagefotograf – immerhin war er über 30 Jahre für die „WAZ“-Regionalredaktion in

den gegenüber sagt man immer, daß die Bilder und Fotobücher geprintet oder produziert werden. „Wir sprechen niemals von ‚gedruckt‘. Das assoziiert der Kunde mit seinem Drucker daheim und hält die Qualität nicht für professionell“, begründet H.-P. Schuffert. Als erfahrener Reportagefotograf – immerhin war er über 30 Jahre für die „WAZ“-Regionalredaktion in



Teilansicht des Ladenlokals vom Eingang aus. Hinten rechts geht's ins Paßbildstudio.

Aktionspreise

Monats-Aktionspreis für ein Fotobuch

20x20 cm statt 12,90 für nur	9,99 Euro
30x30 cm statt 19,90 für nur	16,90 Euro
20x30 cm statt 14,90 für nur	12,90 Euro

Tages-Aktionspreise für Bilder

Dienstag	10x15 cm für 0,19 Euro
Mittwoch	13x18 cm für 0,39 Euro
Donnerstag	20x30 cm für 1,99 Euro
Freitag	30x40/45 cm für 3,99 Euro

Hattingen und Umgebung aktiv – weiß er, was gute Bilder auszeichnet. Das erläutert er gern anhand selbsterstellter Muster. „Die Kunden merken, daß wir wissen, worüber wir sprechen, daß wir hinter allen unseren Produkten stehen. So verkaufen wir auch unsere Bilder und Fotobücher als Markenqualität.“

Kundenkontakte intensiv pflegen

Zwar werden nicht nur die Fotobücher, sondern auch immer mehr Bilder bei den Hattingern übers Internet bestellt, doch zum Abholen kommen die Kunden stets ins Geschäft. So mancher ruft zuvor an, ob seine Fotoarbeit, sein Fotobuch fertig vorliegt, um das Abholen mit weiteren Besorgungen „in der Stadt“ zu erledigen. Auf den Vor-Ort-Kontakt mit seinen Kunden legt H.-P. Schuffert viel Wert. Durch die Internetbestellung ist die Besuchsfrequenz im Geschäft ohnehin schon um die Hälfte verringert worden. Deshalb pflegt man die verbliebenen Kontakte um so intensiver. Als „schwierig“ bezeichnet der Hattinger Fotofachmann das Fotobuchgeschäft mit gewerblichen Kunden. Nicht, daß Handwerker, Händler, Gastronomen bei Vorlage guter Muster nicht an Fotobüchern zur Eigendarstellung interessiert wären, als problematisch erweist sich vielmehr das Erstellen der Bücher. Das nämlich können oder möchten die Angesprochenen mangels Zeit und/oder Können durchweg nicht selbst vornehmen. Andererseits sind die wenigsten von ihnen bereit, den damit verbundenen Aufwand zu bezahlen. 60 Euro pro Stunde berechnen die Hattinger für entsprechende Gestaltungsarbeiten. Von dieser Kalkulation weicht H.-P. Schuffert aus gutem Grund nicht ab: „Ich mache generell keine Geschäfte, bei denen ich Geld zulegen muß. Und die Angesprochenen wie unsere Kunden verstehen sehr wohl, daß wir nicht vom Geldwechseln leben können.“

Mit Entwicklung absolut zufrieden

Anbieten, erklären, vorführen, assistieren: das ist der Schlüssel zum Erfolg der Hattinger. Und das beileibe nicht nur im Bildergeschäft. „Den persönlichen Service,



Rechts neben der Ladentheke hat das moderne Ausarbeitungsgerät seinen Platz.

den die großen Anbieter so gar nicht leisten können, der auch sonst längst nicht mehr gang und gäbe ist, schätzen und honorieren unsere Kunden. Sie sind Individualisten, die einen Ansprechpartner haben wollen, der ihnen hilft und weiterführende Tips gibt. Deshalb kommen sie zu uns, deshalb vertrauen sie uns, deshalb bleiben sie uns treu“, bekräftigt H.-P. Schuffert. Zudem, räumt er ein, sei von Vorteil, daß das Geschäft bereits seit über 50 Jahren am Ort existiere. So bediene man heute vielfach schon die zweite und dritte Generation der Ur-Kunden. „Die Hattinger Kunden“, lobt der erfahrene Unternehmer, „sind sehr angenehm.“ Allerdings, präzisiert er, „suchen uns nur Fachhandelskunden auf“. Das ist eine andere Kundschaft als die, die ihren Bedarf in den Märkten und bei den bekannten Filialisten deckt. Die Konsumenten, die stets den günstigsten Preis präferieren, gehen nicht in ein Fachgeschäft. Das Vorurteil „Fachhandel gleich teuer“ ist nach wie vor in vielen Verbraucherköpfen fest verankert, obwohl es nachweislich nicht stimmt. „Selbst bei einer radikalen Preissenkung von 19 auf 9 Cent würden wir keinen nennenswerten Mehrumsatz erzielen, sondern die Rendite verspielen, die für die Existenz unseres Unternehmens notwendig ist“, versichert Hans-Peter Schuffert. Die Möglichkeiten des beidseitigen Printens, die der D1005 bietet, will der Hattinger in jedem Fall dazu nutzen, sein Angebot an Fotomehrwertprodukten weiter auszubauen. „Bisher haben wir uns bewußt darauf konzentriert, unsere Fotobücher einzuführen und zu verkaufen. Und mit der Entwicklung bin ich absolut zufrieden.“

Unübersehbar: Das Poster mit der klaren Werbebotschaft hängt in der Terminalzone.



Abb.: M. Wild

Nach einem erfolgreichen ersten Jahr geht die DITMS-Mannschaft zuversichtlich und hoch motiviert ins Jahr 2012 (v.l.): Lex Engel (o.), Ralf Paulsen (o.); untere Reihe: Frank Pohlmann, Heike Borges, Thomas Mümken, Majo König, Dieter Neus, Ralph Berg und Mirko Wild.

Thomas Mümken zum Markt und seinem Unternehmen

Voll ins Schwarze

Seit gut einem Jahr ist die Dipl.-Ing. Thomas Mümken Sales GmbH, Willich, kurz „DITMS“, nun als eigenständiges Unternehmen aktiv und vertreibt in 15 Ländern Europas trockene und nasse Bildausarbeitungsgeräte von Noritsu. Geschäftsführer Thomas Mümken äußert sich zum aktuellen Bildermarkt und zum ersten Geschäftsjahr des von ihm gegründeten und geführten Vertriebsunternehmens.

Was sind Ihre wichtigsten Erkenntnisse nach Ablauf des ersten Geschäftsjahres? Daß wir zum Start 2010 mit unserer Überzeugung richtig lagen: Noritsu ist ein weltweit bekannter und zuverlässiger Lieferant, der nach wie vor hochmoderne, solide Trocken- und Naßgeräte entwickelt und produziert. Daß sich der enorme Einsatz, den die gesamte DITMS-Belegschaft 2011 geleistet hat, ausgezahlt hat und eine sehr gute Basis für unser 2012er Geschäft bildet. Daß uns die Noritsu-Kunden weiterhin die Treue halten und vermehrt auch Betreiber anderer Systeme mit uns in Kontakt treten.

geblich anpassungsfähige Lösung in der Praxis ist. Im Gegensatz dazu können sie mit Noritsu-Equipment während der gesamten Betriebszeit von durchweg vier bis fünf Jahren die Bildprodukte produzieren, die ihre Kunden verlangen. Denn jeder selbstverarbeitende Fotofachhändler weiß, daß er im harten Dienstleistungswettbewerb nur so sein Bildergeschäft sichern und fördern kann. Ein weiteres Entscheidungskriterium ist die Service-Sicherheit während der gesamten Betriebszeit. Auch diesbezüglich sind wir durchaus wettbewerbsfähig, wie die Resonanz unserer Kunden im abgelaufenen Jahr bewiesen hat.

Nach welchen Kriterien wählen Fotohändler Ausarbeitungsgeräte aus? Erfahrene Selbstverarbeiter wählen eines unserer Ausarbeitungssysteme, weil sie damit nachweislich sehr flexibel sind. Beim Vergleich mit anderen stellen sie schnell fest, wie starr manch hochgelobte und an-

Womit begründen Sie die Flexibilität gerade Ihrer Systeme?

Als erfahrener Spezialist für Ausarbeitungstechnik liefert Noritsu seit über 50 Jahren praxistaugliche Geräte. Ab 2002 hat Noritsu als erster und einziger Mini-



Abb.: NIKC

Im Januar 2012 stellte Noritsu in Amerika die neuen fotochemischen 38er QSS-Modelle vor. Im Bild das Einstiegsgerät QSS-3800.



Kurt Freund ist für DITMS in seiner Heimat, der Schweiz, u. in Österreich aktiv.

labgerätehersteller weltweit ein Inkjet-basiertes Trockenlab liefern können. Es wurde in Deutschland und Europa sehr gut verkauft und galt lange Zeit als „Referenz“ für Trockenlabssysteme. Schon seit Jahren gibt es mehrere Noritsu-Trockenmodelle, die nicht nur den hochwertigen einseitigen, sondern auch den immer wichtigeren beidseitigen Bilderdruck beherrschen. Ein ebenfalls sehr interessantes Merkmal, das Noritsu „ab Werk“ mit den aktuellen Geräten liefert, ist die Direktverarbeitung von RAW-Bilddaten. Gerade Fotografen, aber auch Fotohändler und deren ambitionierte Amateure schätzen diese Option inzwischen sehr. Zum Vorteil des selbstverarbeitenden Fotohändlers, weil Online-Bilddienstleister eine RAW-Daten-Verarbeitung nicht bieten. Gibt man das identische Motiv von einer unbearbeiteten RAW- und von einer ebenfalls unbearbeiteten JPEG-Datei mit unserem D1005HR aus, ist der Qualitätsunterschied zugunsten der RAW-Datei bereits bei einem 10x15-cm-Bild zu sehen. Bei Hauttönen fällt er sofort auf, vor allem bei Studioaufnahmen, weil dabei mit sehr homogenem Licht fotografiert wird.

Und in welchem Maße nehmen Sie, die DITMS, Einfluß?

Wir passen die Geräte weiter an, machen sie für die Händler noch attraktiver, weil wir zuhören, was die Händler wollen. Wir erweitern die Ausarbeitungsmöglichkeiten unserer Modelle durchs Einbinden selbstentwickelter wie fremder Optionen. Ein Beispiel für eigene ist „High Photo Transfer“, das wir pflegen und stetig weiterentwickeln. „HPT“ ermöglicht dem Fotohändler auch die Produktion von Fotomehrwertprodukten, wie Fotobücher, Kalender, Grußkarten aller Art, und erschließt dem Fotohändler das Online-Bildergeschäft. Eine nützliche Erweiterung stellt auch die Mac-Anbindung und die Fotobuchproduktion mit Apples „Aperture“-Software dar. Zudem liefern wir spezielle Materialien, wie Rasterpapier. Schon seit Herbst 2011 ist es möglich, ganz einfach Bilddaten von iPhone und iPad zur Bildausarbeitung an unsere Trockenlabs zu übertragen. In Planung ist auch eine Facebook-Anbindung zur Bilddatenübernahme von dem Portal. In Kürze – mehr sei momentan noch nicht verraten – werden wir die Zusammenarbeit mit einem angesehenen versierten Spezial-Dienstleister bekanntgeben. Dann können unsere Gerätekunden ihr Angebot um viele weitere attraktive Bild-Produkte erweitern, die sie

nicht selbst herstellen können oder wollen. Die Palette ist riesig und hilft dem Fotohändler, sich noch besser in seinem Markt zu positionieren. Die Zusammenarbeit umfaßt sein Vor-Ort-, auf Wunsch auch sein Online-Geschäft. Bei diesem Geschäftsmodell gibt es keinen Postversand vom Hersteller an den Konsumenten. Vielmehr holt der Kunde die „fremd“ gefertigten Bildprodukte stets bei seinem Händler ab. So bleiben beide in persönlichem Kontakt, selbst wenn der Verbraucher die Bestellung online vorgenommen hat.

Die Chance für den Händler, die Beziehung zu vertiefen?!

Zum einen persönlich, was der Vertrauensbildung und der Kundenbindung dient, zum anderen, um dem Kunden zu vermitteln, welche Bildprodukte sich von dessen Bilddaten sonst noch machen lassen. Das gelingt am besten mit Mustern, die allesamt das gleiche Motiv wiedergeben. Uniforme Bildmuster machen Merkmale sowie Unterschiede der einzelnen Produkte auf Anhieb deutlich. Beim Austausch im Geschäft kann der Konsument die Produkte nicht nur sehen, sondern auch in die Hand nehmen, was beim Onlinekauf unmöglich ist. Für den Fotohändler eine gute Gelegenheit, den Kunden aktuell zu informieren und hinsichtlich des Bilderangebots „upzudaten“.

Steht der Konsument am Tresen, kann der Fotohändler mit Bildkompetenz geradezu brillieren und seine größte Stärke, die persönliche Beratung, optimal ausspielen. Schließlich kennt der Fotohändler seine Kunden am besten, weiß, was und womit sie fotografieren, kennt deren familiäres Umfeld und kann so leicht Rückschlüsse darauf ziehen, welche Bildprodukte für welchen Kunden und dessen Angehörige wohl in Frage kommen. Gezieltes Anbieten ist allemal besser als das eher verwirrende Abspulen zahlloser Möglichkeiten. Viele Fotoamateure kommen ja gerade deshalb zum Fotofachhändler ins



Mit dem D1005HR hat Noritsu einen neuen Standard im Trockenlab-Sektor der beidseitig printenden Vor-Ort-Geräte gesetzt.

Geschäft, weil sie unschlüssig sind und eine konkrete Empfehlung erwarten.

Sind Trockenlabs inzwischen Standard bei der Eigenverarbeitung?

Von regionalen Unterschieden abgesehen ist das im Fotofachhandel unseres Vertriebsgebietes so. In Deutschland geht der Knoten zunehmend auf, und mit der D1005HR haben wir genau die Maschine, die in den Markt paßt. Die Qualität von

Inkjet-Bildern ist längst kein Thema mehr. Beim Vergleich von nassen und trockenen Systemen sind die Gesamtproduktionskosten sehr ähnlich. Bei fotochemischen schlägt der höhere Aufwand für Energie, Entsorgung und Fachpersonal zu Buche. Unsere Trockensysteme benötigen deutlich weniger Platz und Strom, verursachen keine Entsorgungskosten,

können nach kurzer Einweisung von jedem Mitarbeiter sicher bedient werden. Allerdings fallen die Papier- und Tintenkosten trockener Labs etwas höher aus als bei nassen, auch ist der Ausstoß trockener gegenüber vergleichbaren Naßgeräten geringer. Ganz klar punkten unsere Trockenen mit ihrem enorm großen Ausarbeitungsspektrum und wegen ihrer deutlich geringeren Preise bei Investition und Reinvestition. Kam ein QSS-System einst durchweg auf 75.000 bis 90.000 Euro, schlägt unser aktuellstes Trockensystem „nur noch“ mit rund 50.000 Euro zu Buche.

Wie würden Sie Ihren typischen Trockenlab-Kunden charakterisieren.

Den „typischen Kunden“ gibt es nicht, dazu sind die individuellen Gegebenheiten der Geschäfte und die Vorstellungen der Unternehmer zu unterschiedlich. Deshalb ist unseren Kunden wie uns die persönliche, vertrauensvolle Fachberatung durch unsere erfahrenen Vertriebsrepräsentanten so wichtig. Unser Kundenkreis besteht größtenteils aus Fotofachhändlern und Portraitfotografen. Zudem gehören Foto- und Behördenlabore dazu. In Drogeriemärkten und Großvertriebsformen sind unsere Geräte hingegen nicht zu finden. Ein beachtlicher Teil unserer Fachhandelsklientel sind langjährige Noritsu-Kunden. Dazu kommt eine wachsende Zahl von Interessenten und Kunden, die Ausarbeitungssysteme anderer Anbieter einsetzen oder eingesetzt haben, von „A“ wie Agfa bis „K“ wie Konica. Ob Noritsu- oder „Fremdkunde“, in den allermeisten

Fällen bedienen wir langjährige Selbstverarbeiter, die die Vorteile der eigenen Bildproduktion seit langem zu schätzen wissen. Es sind aktive, progressive Anbieter, die ihre Kunden und ihren lokalen beziehungsweise regionalen Markt sehr gut kennen und auch dem Onlinegeschäft gegenüber aufgeschlossen sind. Sie nutzen immer schon die ganze Klaviatur der kundenbindenden Dienstleistungen. Sie wägen sehr wohl ab, welche Leistungen sie selbst erbringen und welche sie an verlässliche Spezialisten delegieren. Sie wissen, daß sich das 10x15-cm-Aufkommen noch weiter verringern wird, daß den personalisierten Fotomehrwertprodukten die Zukunft gehört. Deshalb tauschen sie nun nach und nach ihre in die Jahre gekommenen Naßgeräte und Trockenlabs gegen unsere aktuellen Inkjet-Modelle aus. Entscheidend für unser Geschäft ist, zur rechten Zeit beim Kunden im Feld zu sein, denn solche Investitionsentscheidungen werden nicht von jetzt auf gleich gefällt.

Was ist mit Neueinsteigern?

Jeder Geräteanbieter wird bestätigen, Neueinsteiger sind in unserem Geschäft die Ausnahme. Fotohändler, die noch keine Eigenproduktion betrieben haben, arbeiten auch weiterhin meistens lieber mit dem Großlabor und/oder mit anderen Anbietern zusammen. Sie scheuen die für sie vergleichsweise beträchtliche Investition, aber auch die Arbeit, die sie sich mit der eigenen Bildfertigung zwangsläufig ins Haus holen würden. Sie wagen den Einstieg auch deshalb nicht, weil ihnen die Erfahrung langjähriger Selbstverarbeiter fehlt. Deshalb endet für sie die Eigenproduktion mit dem Aufstellen von Kiosksystemen, die Thermosub-Sofortbilder in „Gut-genug-Qualität“ ausgeben. Alle anderen Bildaufträge lassen sie von Dienstleistern ausarbeiten. Ich betone ausdrücklich, das ist keine Kritik, sondern eine Feststellung. Wir maßen uns nicht an, Fotohändlern und Fotografen vorzuschreiben, wie sie ihr Bildergeschäft betreiben sollen. Über die ganz wenigen Neueinsteiger, die dennoch den Weg zu uns finden, freuen wir uns natürlich. Und wo immer wir ihnen helfen können, ihr Bildergeschäft effizienter und lukrativer zu gestalten, stehen wir ihnen – wie übrigens allen unseren Kunden – auf Wunsch mit Rat und Tat zur Seite.

So oder so ähnlich argumentieren andere Anbieter auch.

Was die Richtigkeit meiner zuvor gemachten Aussagen ja nur unterstreicht. Es ist die seit Jahrzehnten von Noritsu Deutschland und nun von uns gelebte Realität. Klappern allein genügt nicht, den Versprechen



Kann nun auch doppelseitig: das bewährte Trockenlab Noritsu D703.

Kurzinfo zur DITMS GmbH

Seit Jahresbeginn 2011 zeichnet die Dipl.-Ing. Thomas Mümken Sales GmbH, Willich, als alleiniger lizenzierter Noritsu-Distributor für die deutschsprachigen Länder (DACH), für BeNeLux, die nordeuropäischen sowie einige osteuropäische Staaten – insgesamt 15 Länder in Europa – verantwortlich. Das junge Unternehmen besteht ausschließlich aus langjährigen Noritsu-Beschäftigten und hat seinen Firmensitz in den Räumlichkeiten der deutschen Noritsu in Willich-Münchheide.

müssen in angemessener Zeit auch Taten folgen. Kein Fotohändler, kein Fotograf investiert in ein Ausarbeitungsgerät, nur weil Marketing und Werbung des Anbieters so vielversprechend sind. Vor einem Vertragsabschluss reden nämlich sein Steuerberater, Kollegen aus der Erfa-Gruppe, Berater der Kooperation und letztlich bei der Finanzierung auch die Bank ein gewichtiges Wörtchen mit. Übrigens, die meisten Abschlüsse, die platzen, scheitern am Veto der Leasing-Banken.

Mit der Konzentration auf den Fachhandel bewegen Sie sich aber in einem schrumpfenden Markt!?

Nicht zwangsläufig! Für uns gilt das, was für jeden Anbieter gilt: nicht allein die Kundenanzahl ist entscheidend, sondern mindestens in gleichem Maße deren Qualität. Solange unsere Kunden ein auskömmliches Bilder-Geschäft haben, werden auch wir wirtschaftlich gut dastehen. Ihr Erfolg begründet maßgeblich unseren Erfolg. Oder stark vereinfacht ausgedrückt: Wir machen lieber mit weniger Kunden ein gutes Geschäft als mit vielen ein schlechtes.

Ist das fotochemische Minilabgerät endgültig Geschichte?

Nein! Noritsu hat im Januar 2012 gerade ihre neuen 38er QSS-Modelle vorgestellt. Wie unser leistungsstärkstes Naßlab QSS-3704 stellen diese Maschinen die wirtschaftlichste Lösung fürs Ausarbeiten großer Fotomengen dar. Zudem eignen sie sich zur Ausgabe von 30x90 cm großen Panoramaprints und damit auch gut zur Fotobuchproduktion. Gekauft und betrieben werden unsere AgX-Maschinen hauptsächlich von Großlaboren, von Laboren, die sich aufs Ausarbeiten von Schul- und Kindergartenfotos spezialisiert haben, sowie von sogenannten Online-Laboren. Für diese Betriebe ist die fotochemische Produktion am effizientesten, auch, weil sie die Chemie im Kreislauf fahren können.

Mit welchem Ergebnis haben Sie 2011 abgeschlossen?

Der Gesamtumsatz liegt zehn Prozent über unserer optimistischsten Planzahl für 2011. In der Schweiz, den Niederlanden und einigen nordischen Ländern lief's von Beginn an besser als erwartet. In Deutschland konnten wir den Umsatz nach einem zähen Start im Laufe des Jahres zunehmend steigern, sind dort insgesamt aber leicht unter unserem Planziel geblieben. Wir waren auf allen relevanten Messen als Aussteller vertreten und haben dort viel Zuspruch erfahren. Zudem haben wir im Sommer 2011 in unserem Willicher Betriebsgebäude eine eintägige „Open house“-Veranstaltung durchgeführt, die von den Besuchern sehr positiv bewertet worden ist. Auch für dieses Jahr haben wir sie geplant, können aber noch keinen konkreten Termin nennen.

Wie werden Sie 2012 agieren?

Nicht minder aktiv wie 2011. Schwerpunkte bilden wieder die diversen Messen (siehe Tabelle unten; die Redaktion), wobei der photokina, auf der wir Kunden und Interessenten aus allen fünfzehn Ländern unseres Vertriebsgebietes erwarten, besondere Bedeutung zukommt. Gleichwohl können wir uns nicht bis zum Herbst „ausruhen“. Unser selbstgestecktes 2012er Ziel werden wir nur erreichen, wenn wir den größten Teil unseres Jahresumsatzes bereits vor der Kölner Weltmesse erwirtschaftet haben. Um „schlummerndes Potential“ in Deutschland, Österreich, in Dänemark und Schweden werden wir uns in diesem Jahr ganz besonders kümmern. Zu den anfangs beispielhaft erwähnten Optionen werden im Laufe dieses Jahres weitere kommen. Sie werden den Funktionsumfang unserer Geräte erweitern und das Angebotspektrum unserer Gerätekunden noch mehr vergrößern. Wir sind jedenfalls guten Mutes, 2012 abermals voll ins Schwarze zu treffen. Daran arbeiten wir Tag für Tag.



Ab März auch in Europa zu haben: das neue Top-Gerät der 38er Familie: QSS-3801HD.

2012er Veranstaltungen, ...

... an denen die DITMS als Aussteller/Veranstalter teilnimmt

Datum	Öffnungszeiten/Uhr	Messe	Veranstaltungsort
4. - 5. März	10.00 - 18.00/10.00 - 20.00	Photo Business Days 2012	Brussels Kart Expo, A. Gossetlaan 11, B-1702 Groot Bijgaarden, Belgien
9. - 11. März	9.00 - 18.00/ 9.00 - 16.00	Ringfoto Frühjahrsmesse	Kongresshalle, Erlangen
11. - 13. März	10.30 - 17.00/10.30 - 21.00	Prof. Imaging 2012	Nieuwegein Business Center (NBC) Blokhoeve 1, 3438 LC Nieuwegein/NL
14. März	10.00 - 16.00	Open house	Seminarhotel Spirgarten, Lindenplatz 5, CH-8048 Zürich/Schweiz
24. - 25. März	9.30 - 17.30	Optimal Event 2012	Vogel Convention Center, Würzburg
21. u. 28. April	g e p l a n t	Open house 2012	Im Betriebsgebäude der DITMS in Willich-Münchheide, Siemensring 87
18. - 23. Sept.	10.00 - 18.00	photokina 2012	KölnMesse, Messecenter, Köln
12. - 14. Okt.	9.00 - 18.00/ 9.00 - 16.00	Ringfoto Herbstmesse	Kongresshalle, Erlangen

Eigene Aperture-Fotobücher mit D1005HR ausgeben

Völlig Mac-kompatibel

Gerade Fotografen nutzen, wie viele Kreative, gern Apples Mac-Rechner. Mit der aktuellen Version 3 des Apple-eigenen Bildbearbeitungsprogramms „Aperture“ versehen, kann der Fotograf wie der Fotohändler auch eigene Fotobücher erstellen. Als Betreiber eines Noritsu D703 oder D1005 (HR) kann er die so gestalteten Fotobücher mit seinem Produktionsgerät leicht selbst ausgeben. Wie das funktioniert, erläutert Dieter Neus, einer der beiden Technikspezialisten der DITMS GmbH, Willich.



DITMS

Abb.: M. Wild

Dieter Neus, einer der beiden Technikspezialisten des Willicher Unternehmens, kennt sich mit Noritsu-Geräten schon seit 1994 bestens aus.

Aperture ist bewußt so konfiguriert, daß der Programmnutzer konfigurierte Buchvorlagen zur Auswahl angezeigt bekommt. Schließlich ist es Apples Bestreben, die damit erstellten Datensätze zu erhalten, um als Dienstleister auch Fotobücher für den Datenabsender zu produzieren. Gleichwohl läßt Aperture sowohl die freie Gestaltung eigener Fotobücher als auch die Vor-Ort-Ausgabe zu.

Eigene Fotobücher erstellen

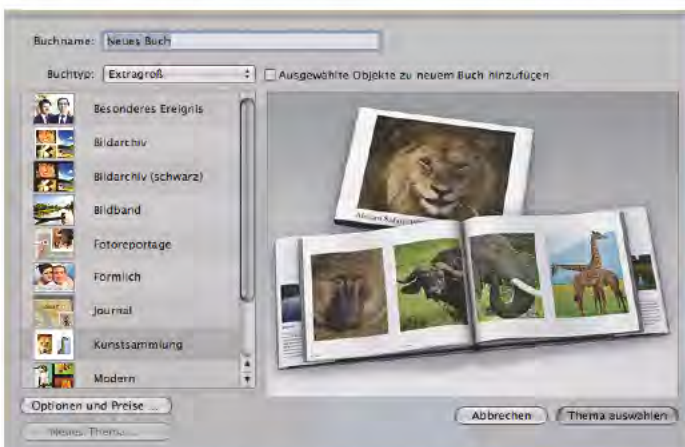
Der versierte Mac-Aperture-Nutzer kennt das Arbeitsprinzip des Programms, weiß, wie er eine Fotobuchapplikation aufruft. Beispielsweise über die Menüpunkte „Ablage“, „Neu“, „Buch“. Damit öffnet sich ein Fenster (**Screenshot 1**) mit dem automatisch generierten Buchnamen „Neues Buch“. Diese Bezeichnung läßt sich aber nach Belieben ändern. Im Feld „Buchtyp“ darunter wird – ebenfalls standardisiert – „Extragroß“ angezeigt. Klickt man nun auf einen der rechts daneben angeordneten Pfeile, wird ein weiteres Fenster sichtbar, das weitere Vorlagen-Optionen freigibt. Etwa „Klein“, „Mittel“, „Groß“ als

weitere Standardbuchtypen von Apple, aber eben auch die interessante Variante „Anpassen“. Mit dem Anklicken dieser Option erscheint ein neues Fenster, in dem der Fotograf unten die Schaltfläche „Neues Thema“ aktiviert. In dem folgenden Fenster (**Screenshot 2**) lassen sich nach Anwahl von „Neues Thema“ neben einem frei wählbaren Namen auch die Daten für Papierformat, Bildabstand und Ränder des neuen Buchs individuell eingeben. In Aperture ist diese Auflistung mit „Themainformationen“ betitelt. Bei Eingabe des Papierformats ist unbedingt darauf zu achten, daß es mit den Papierspezifikationen, unter anderem dem Ausgabeformat, des eigenen Noritsu-Inkjet-labs übereinstimmt. **Screenshot 3** zeigt exemplarisch die Eingabemaske („Themainformationen“) für ein selbsterstelltes „A4 Fotobuch“. Beim Einrichten der Seite ist bei Ausgabe auf Blattware die gerätespezifische Überlappung („Spill over“) zu berücksichtigen, was auf Seite 18 noch näher erläutert wird. Durch Anklicken der Schaltfläche „Thema auswählen“, unten rechts im Fenster des **Screenshots 4**, kann der Aperture-Nutzer eines der aufge-

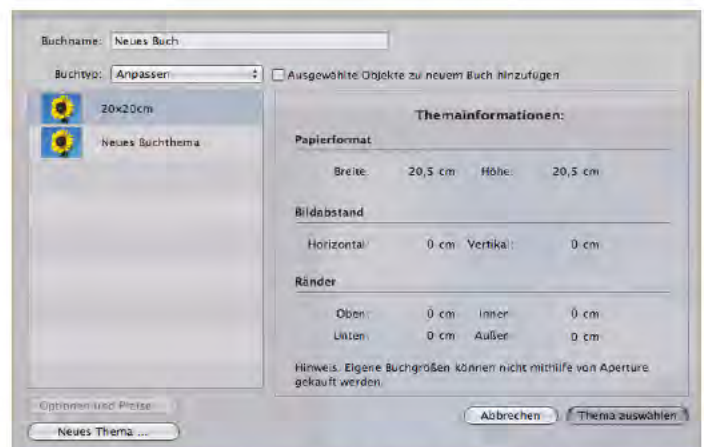
listeten Individualbücher (Themen) aufrufen. Im abgebildeten Fenster (**Screenshot 4**) ist beispielsweise das ausgewählte „A4 Fotobuch“ grau markiert. Im Feld „Themainformationen“, rechts daneben, werden dazu die buchspezifischen Daten angezeigt. Allerdings ist das Anlegen eines eigenen Buchtyps bei Aperture starr vorgegeben. Es führt generell über die vorgegebenen Aperture-Standardmuster, die dann durch „Anpassen“ individualisiert werden können.

Montage im Buchlayout-Editor

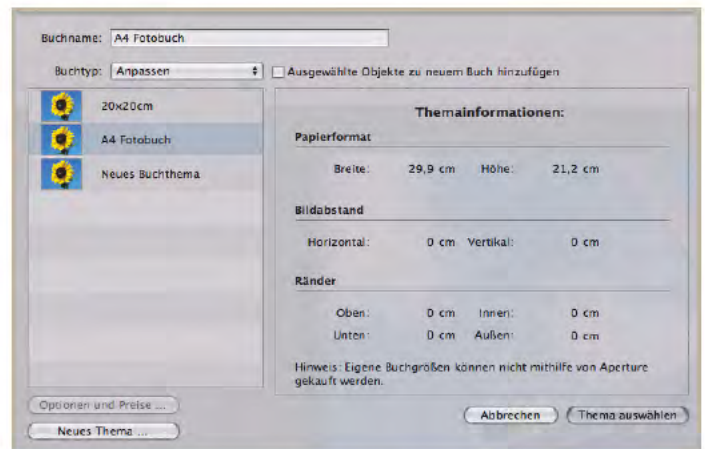
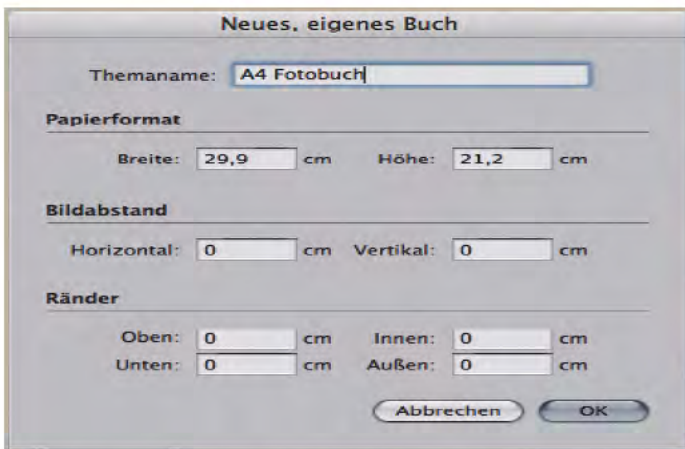
Zur Gestaltung kann der Aperture-Nutzer auch für seine Individualbücher die standardisierten Apple-Buchvorlagen und Seitenlayouts übernehmen. Das ist bequem, aber vielleicht nicht immer optimal. So läßt das Programm dem Nutzer unter „Layout bearbeiten“ durchaus die Möglichkeit, das Seitenlayout der Fotobücher nach eigenen Vorstellungen umzugestalten, individuelle zu erstellen, zu speichern und beliebig oft wieder aufzurufen. Auf diese Weise wird der Fotograf/der Fotohändler sich mehrere Buchlayouts anlegen und davon je ein Fotobuch ausgeben, so



Screen 1: Über „Buchtyp“, „Anpassen“ ist es möglich, eigene Layouts zu erstellen, zu speichern und beliebig oft wieder aufzurufen.



Screen 2: Über „Thema auswählen“ gelangt man zu dieser Ansicht, die bereits zwei „angepaßte“ Fotobuchformate enthält.



Screen 3: In dieser Maske trägt der Fotohändler/Fotograf die Daten für jedes selbstangelegte Buchseitenformat ein.

Screen 4: Die Werte für das grau unterlegte A4-Fotobuch werden in Aperture rechts unter „Themainformationen“ aufgelistet.

daß er interessierten Kunden zur Auswahl fertige Musterbücher vorlegen kann. Bei der Um- wie der Neugestaltung sind dem kreativen Fotograf oder Fotohändler kaum Grenzen gesetzt. Es ist ihm beispielsweise möglich, Hintergründe anzupassen, eine Textbox, die Metadaten der Bilder, eine Fotobox oder mehrere Fotoboxen hinzuzufügen. Er kann die Bilder sowie die Position der einzelnen Bilder auf den Seiten beliebig verändern, wobei es gilt, unbedingt auf die Buchbindung zu achten. Je

nach Bindetechnik ist für den Falzbund mehr oder weniger Platz zu berücksichtigen. Von der Bindung ist auch abhängig, ob sich Bilder ganzflächig ohne Rand attraktiv plazieren lassen, oder ob sich Abbildungen sogar über zwei gegenüberliegende Seiten erstrecken können. Wie bei einem Textprogramm ist es möglich, den Text zu formatieren. Das gilt für die Schrifttypen, die auf dem eingesetzten Mac-Rechner installiert sind, die Schriftgröße sowie die Schriftanordnung auf den

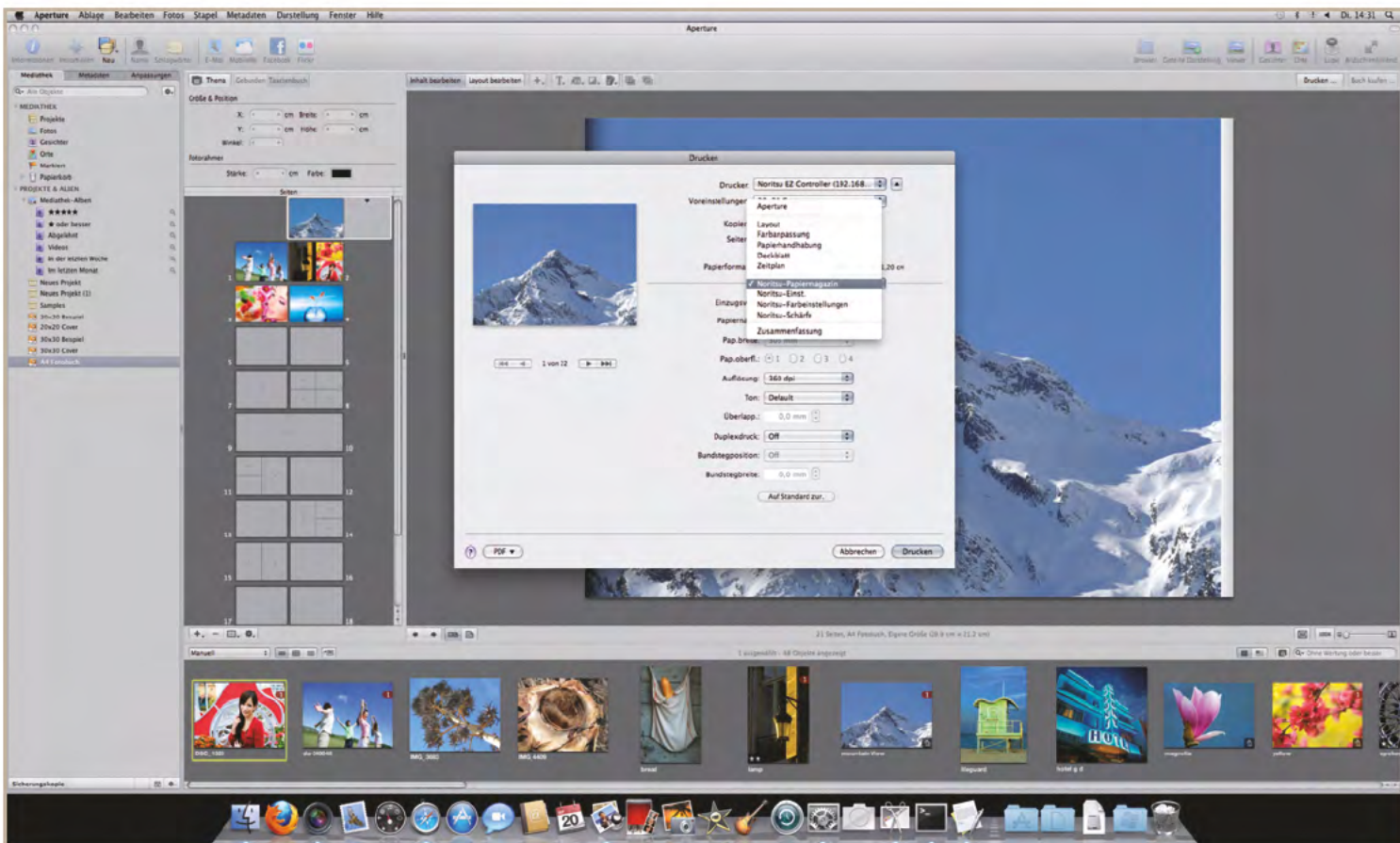
Seiten. Über „Ebenen“ können Bilder zum Beispiel weiter hinten oder weiter vorn positioniert werden. Unter „Inhalt bearbeiten“ lassen sich die Bilder unter anderem skalieren und die Bildausschnitte bestimmen. Kurzum, Aperture bietet dem Fotografen/dem Fotohändler großen gestalterischen Spielraum, allein oder zusammen mit den Kunden attraktive Fotobücher zu erstellen. *Screenshot 5* zeigt eine komplette Monitoransicht des „Buchlayout Editors“ (Aperture-Bezeichnung)



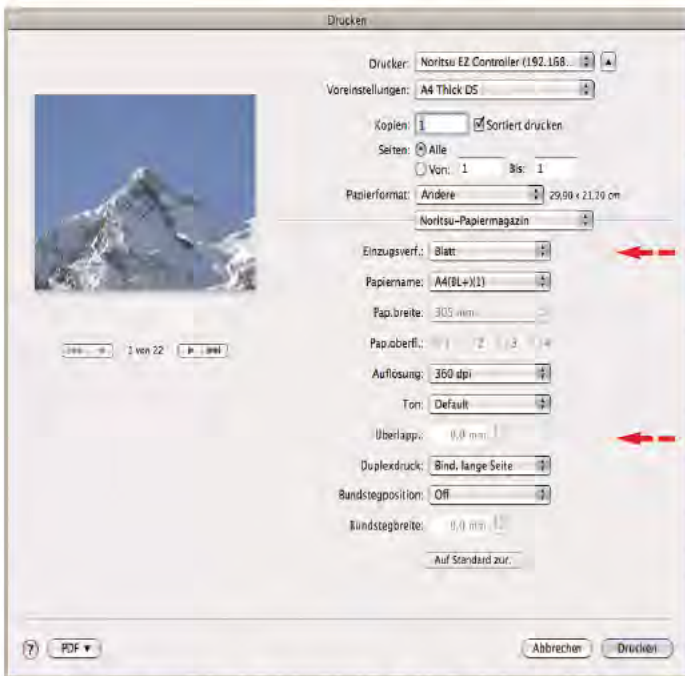
Screen 5: Der „Buchlayout-Editor“ mit der Seiten-übersicht (l.), der zu bebildern den Einzelseite (M.) und dem (Bild)-„Bereich Browser“ (unten).



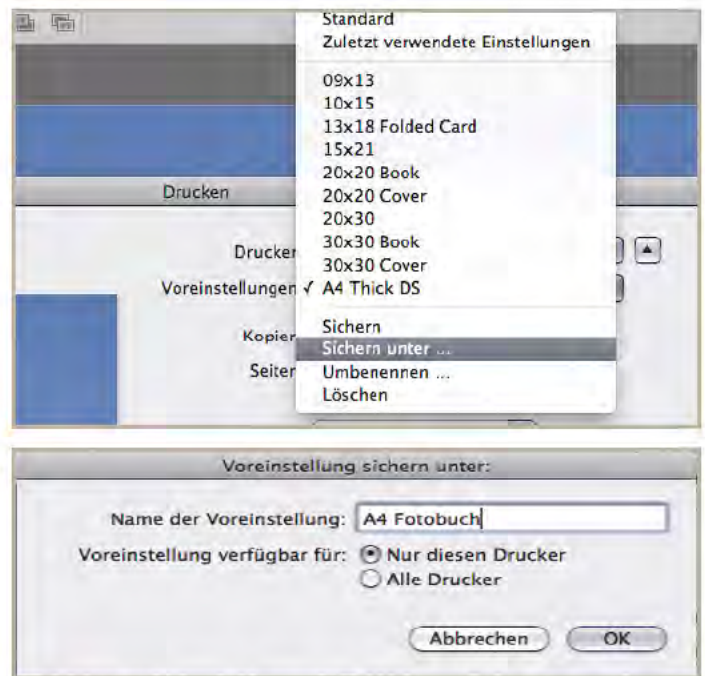
Screen 6: Die einfachste Art der Eigenausgabe erreicht der Betreiber durchs Sichern als PDF-Dokument.



Screen 7: In dieser Maske des optionalen Druckertreibers ist unter „Noritsu-Papiermagazin“ das Ausgabemedium einzustellen.



Screen 8: Die Angaben unter dem langen Querstrich gelten stets ausschließlich für den zuoberst ausgewiesenen „Drucker“-Treiber.



Screen 9: Bezogen aufs jeweilige Fotobuch werden alle Parameter des Noritsu-Druckertreibers unter „Voreinstellung“ gespeichert.

während der Gestaltung eines Aperture-basierten Fotobuchs. Prominent im großen Mittelfeld befindet sich eine Buchseite, in diesem Fall die Titelseite. Sie wurde soeben mit einem Bild bestückt, das der Fotograf aus der darunterliegenden Bilderleiste (Aperture-Bez.: „Bereich Browser im Darstellungsmodus Filmstreifen“) auf diese Seite geschoben hat. Wie oft ein Bildmotiv bereits in dem Fotobuch platziert worden ist, darüber gibt jeweils die weiße Ziffer auf dem roten Viereck rechts oben in jedem Bild der Bilderleiste Auskunft. In der linken Spalte neben der großen Einzelseitenansicht (Aperture-Bez.: „Bereich Viewer“) ist die Seitenübersicht des Fotobuchs zu sehen. Demnach sind die Titelseite und die ersten vier Inhaltsseiten des Buches bereits mit Abbildungen bestückt. Um die jeweilige Buchseite mit einem oder mehreren Bildern versehen zu können, ist sie in der Seitenansicht anzuklicken. Dann erscheint sie groß als leere Seite im „Bereich Viewer“ und läßt sich – entsprechend dem vorgewählten oder selbsterstellten Seitenlayout – mit einem oder mehreren Bildern aus der darunterliegenden Bilderleiste versehen. Wie schon erwähnt, ist es möglich, die Bilder randlos oder mit Rand auf den Seiten zu platzieren und um Text zu ergänzen. Natürlich läßt Aperture auch Änderungen des Umfangs zu. Lediglich durch Anklicken eines Plus- beziehungsweise eines Minuszeichens unter der Seitenansicht kann ein individuell erstelltes Fotobuch um beliebig viele Seiten erwei-

tert oder verringert werden. Auf die zuvor beschriebene Weise entsteht Seite für Seite ein Buchblock, der zusammen mit dem Umschlag manuell gebunden wird. Je nach Art des Covers erstellt der Fotograf mit Aperture nur die Seiten, die später den Buchblock bilden. Zweckmäßigerweise wird man mit Aperture ein Softcover als eigenes Produkt gestalten und einrichten. So ist es möglich, auch Titel- und Umschlagrückseite individuell zu bebildern. Bei Hardcovern bietet vielfach eine Fensterstanzung die Möglichkeit zur bebilderten Individualisierung, wobei ein Bild in einem Standardformat von Hand hinter dem Ausschnitt zu platzieren ist.

Als Standard- oder Acrobat-PDF

Ein so erstelltes Fotobuch läßt sich mit einem Noritsu-Inkjet-Lab auf zweierlei Weise ausgeben. Am einfachsten, indem man die Buchdatei als ein PDF-Dokument speichert (Screenshot 6). Über „Ablage“, „Buch“, „Drucken“ (oder Tastenbefehl: „Cmd“-[Command]-Taste plus „P“-Taste; auf älteren Mac-Tastaturen „Apfelsymbol“-Taste plus „P“-Taste) öffnet Aperture das Druckfenster. Mit Anklicken von „PDF“, links unten, werden die PDF-Optionen aufgelistet. Durchweg wird der Fotograf/Fotohändler das Fotobuch mit allen Bildern, Texten und Spezifikationen – wie in Screenshot 6 markiert – „Als PDF sichern ...“. Alternativ kann man die Buchdatei im JPEG- oder Tiff-Format speichern. Allerdings handelt

es sich auch dabei letztlich um ein komprimiertes PDF-Dokument, das lediglich als JPEG- oder Tiff-Bild gespeichert wird. Zuvor wird man dem Dokument noch einen Namen geben und den Ablageort bestimmen. Dann speichert Aperture das Buch mit allen Layout- und Bild-daten als ein PDF-Dokument ab.

Unabhängig vom gewählten Dateiformat sollte der Fotofachmann vorm Speichern prüfen, ob die Auflösung, also die Bildqualität ausreicht, wenn die Buchdaten mit den PDF-Standardvorgaben gespeichert werden. Der visuelle Vergleich zwischen den Original-Bildern, die ins Buch gezogen worden sind, und den PDF-generierten der Fotobuchdatei schaffen Klarheit. Wer sichergehen will, noch korrigierend eingreifen zu können, braucht ein kostenpflichtiges Zusatzprogramm, wie „Adobe Acrobat X“. Es wird – „zusätzlich“ zu Aperture – auf dem Mac installiert und ermöglicht, PDF-Dokumente frei zu parametrieren und somit auch den Komprimierungsfaktor individuell einzustellen, der die Auflösung/Qualität beeinflusst. In Screenshot 6 weist die PDF-Option „Safe as Adobe PDF“, die sonst nicht aufgeführt wird, auf das Zusatzprogramm „Acrobat X“ (s. unteren Pfeil) hin. Sollen die Buchseiten – wie mit den Modellen D1005/D1005HR möglich – beidseitig bedruckt ausgegeben werden, gilt es, die Buchdatei übers Netzwerk oder mittels USB-Stick an den „EZ Controller“ zu übergeben. Dann wählt man einen Printkanal, der für Duplexdruck angelegt



Alle Screenshots: D. Neus

Screen 10: Beim Zugriff auf die Warteschlange des Noritsu-Inkjetlabs werden die zur Ausgabe übermittelten Aufträge angezeigt.

worden ist. Schon läßt sich das Fotobuch wie ein herkömmlicher Bildauftrag beidseitig oder – bei Wahl eines entsprechenden Printkanals – einseitig bedruckt ausgeben. Diese Art der Ausgabe ist die technisch einfachste und kostengünstigste.

Direktausdruck mit eigenem Gerät

Eine andere Möglichkeit des Ausdrucks aus Aperture bietet der „Noritsu Netorder printer driver for Mac“. Der optional erhältliche Druckertreiber nutzt das Interface des „EZ Controllers“, der die Daten maschinenlesbar aufbereitet, übergibt den Druckauftrag an den Auftragsspooler und sorgt für den automatischen Ausdruck, allerdings, ohne ihn vorher noch einmal in der Vorschau anzuzeigen. Mit der direkten Ansteuerung erhält das Ausgabegerät mit den Objektdaten auch alle zum Ausdruck erforderlichen Informationen. Der Treiber bietet etliche Einstellmöglichkeiten, unter anderem zu Schärfe, Farben, Bildrückseitentexten. Dazu zählt unter „Noritsu-Papiermagazin“, bei „Einzugsverfahren“ (s. *Screenshots 7 u. 8*) zwingend die Angabe des Ausgabematerials „Blatt“ (s. oberen Pfeil in Abb. 8) oder „Rolle“. Die Parameter in der Fensteransicht von *Abbildung 8* betreffen stets nur den zuoberst ausgewiesenen Drucker. Alle Daten unterhalb des langen Querstrichs sind Trei-

ber-abhängig und ändern sich mit jedem Wechsel des Ausgabegeräts.

Beim Einrichten des „Noritsu Netorder printer driver for Mac“ ist unbedingt darauf zu achten, das jeweilige Ausgabeformat etwas größer als das tatsächliche Papierformat einzustellen. Dazu ist – an dieser Stelle nur beim Drucken auf Rollenware – in der Treiber-Eingabemaske (*Screenshot 8*) hinter der Bezeichnung „Überlapp.“ (für Überlappung; s. unteren Pfeil in Abb. 8) ein Pluswert einzustellen, der (s. weiter unten) ausgewiesen ist. Wird zur Ausgabe der Buchseiten hingegen Blattware eingesetzt, ist die Überlappung – wie weiter vorn erwähnt – bereits beim Anlegen des Seitenformats zu berücksichtigen. Der Zuwachs ist für einen vollflächigen Ausdruck notwendig. Andernfalls erhält man Seiten mit feinen weißen „Blitzern“ an den Rändern. Die Überlappung variiert je nach Gerätetyp ein wenig. Bei welchem Noritsu-Modell welcher Überlappungswert („Spill over“) einzugeben ist, darüber gibt die Beschreibung Auskunft, die dem „Noritsu Netorder printer driver for Mac“ beiliegt. Diese wie auch die anderen Druckertreibervorgaben sind bei der direkten Ansteuerung des Ausgabegeräts nötig, weil dabei nicht auf einen Printkanal und dessen „Paper fitting“ zugegriffen wird. Sinnvollerweise

wird der Selbstverarbeiter alle Parameter speichern, die er zur Direktausgabe des jeweiligen Fotobuchs mit dem „Noritsu Netorder printer driver for Mac“ einmal in der Treibermaske eingetragen hat. So kann er sie bei wiederholter Ausgabe des gleichen Buchtyps nämlich bequem immer wieder aufrufen. Zum Speichern der Treiberparameter wird ein Pfeil hinter der Auswahl „Voreinstellung“ (*Screenshot 9*) angeklickt. Bevor man im folgenden Fenster (*Screenshot 9*) „Sichern unter“ mit der „OK“-Schaltfläche bestätigt, ist noch das Feld „Name der Voreinstellung“ auszufüllen. Beispielsweise mit der Bezeichnung des Buches („A4 Fotobuch“), dessen individuelle Treiberdaten auf diese Weise gespeichert werden. Die letzte *Abbildung (10)* zeigt den Druckauftrag in der Warteschlange des Druckers. Zweckmäßig ist die Direktausgabe vor allem für die Selbstverarbeiter, die an mehreren Arbeitsplätzen Fotobücher und andere Bildprodukte erstellen. Übers hauseigene Netzwerk gelangen die Daten kollisionsfrei zum „EZ Controller“, der sie maschinengerecht an das Noritsu-Inkjetlab weitergibt. Aber auch Fotografen und Fotohändler mit Einzelplatz-Lösungen, die den komfortablen Direktausdruck bevorzugen, brauchen den optionalen Druckertreiber.

Mit HPT Fotobücher leicht erstellt und online bestellt

Verlockend schön und einfach

Denn Erfolg und Zufriedenheit spornen Menschen seit jeher mächtig an. Eine Voraussetzung fürs gute Gelingen ist die Wahl des richtigen Werkzeugs. Ein ebenso professionelles wie leicht zu handhabendes ist „High Photo Transfer“, kurz „HPT“ (s. auch „IM“ 1/2010, S. 22 – 26). Mit der Software lassen sich Bilder und Fotomehrwertprodukte am Annahmeterminal im Geschäft ebenso bestellen wie online am heimischen PC. Ralph Berg, Kundenbetreuer und technischer Berater der DITMS GmbH, Willich, erläutert, wie sich mit „HPT“ Fotobücher erstellen und ausgeben lassen.

In aller Ruhe daheim gestalten

Die Software besteht aus zwei Applikationen: „Photo & Book“ für den Konsumenten, „Lab2“ zur Auftragsverwaltung und Produktionssteuerung ausschließlich für den Selbstverarbeiter. Erstere installiert der Verbraucher auf seinem

Rechner, um übers Internet Bildprodukte bei seinem Fotofachhändler bestellen zu können. Auf die exakt gleiche Version von „Photo & Book“ trifft der Konsument auch am Kundenterminal seines Händlers. Somit erleichtert die identische Bedienoberfläche Kunden die Bildbestellung erheblich. Für die Internet-basierte Onlinebestellung bekommt der Fotokunde von seinem Fotohändler die Software „Photo & Book“ auf CD, oder der Händler hinterlegt den Link auf seiner Händler-Website, von der der Verbraucher die Software downloaden kann. Die Software installiert der Verbraucher einmal daheim auf seinem Rechner. „Photo & Book“ ist bewusst nicht Browser-basiert, damit der Nutzer sein Fotobuch in aller Ruhe offline gestalten kann. Das ist auch in Etappen möglich. Der

Konsument kann das Erstellen jederzeit unterbrechen, den bisherigen Bearbeitungsstand auf seinem PC speichern, um dann irgendwann mit dem Layouten fortzufahren. Beim Speichern erfaßt das Pro-

Schon der griechische Philosoph Aristoteles (384 bis 322 v.Chr.) wußte: „Der Anfang ist die Hälfte des Ganzen.“ Das trifft auch aufs Fotobuch zu. Wer sich erst einmal traut, eines zu erstellen, ist vom Ergebnis seines ersten selbsterschaffenen Bildbands so begeistert, daß er's wieder und wieder tut. Und mit jedem weiteren perfekter wird; ob Konsument oder Fotofachhändler.

Screenshot 1: Auf der übersichtlich gestalteten Startseite von „Photo & Book“ findet der Konsument seine persönlichen Daten und wählt in der Produktvorschau beispielsweise „Fotobücher“ aus.



Ralph Berg, technische Betreuung und Kundenberatung, ist von Beginn an maßgeblich an der Produktentwicklung, -gestaltung und -pflege von „HPT“ beteiligt.

Abb.: DITMS/ML WIEB

DITMS GmbH

ADRESSE: Siemensring 87
PLZ: 47877
EMAIL: info@ditsms.de

KONTAKT: Ralph Berg/Dieter Nees
TEL.: +49 (0) 2154 9157 30

Startseite | Aus Archiv laden | Aktualisieren | Hilfe

Mein Konto
Guten Tag Joachim

Mein Briefkasten
Willkommen zu Photo&Book, der Online-Bestellsoftware von DITMS GmbH
Aktion: 15% Rabatt bei der Erstbestellung!

Meine Bestellungen

DATUM	UNDE BESTELLNUMMER	BEFREIER?	STATUS IHRER BESTELLUNG
02.10.2011	000242821		Bestellung korrekt übertragen
02.10.2011	000242822		Bestellung korrekt übertragen

FOTOBÜCHER BESTELLEN | FOTOS BESTELLEN | ESKORBILDE BESTELLEN



Screenshot 2: In der Übersicht nimmt der Fotoamateurl die Bildauswahl fürs Fotobuch vor. Verschiedene Schaltflächen erleichtern ihm das generelle Sortieren, aber auch das Vorbereiten jedes markierten Bildes.



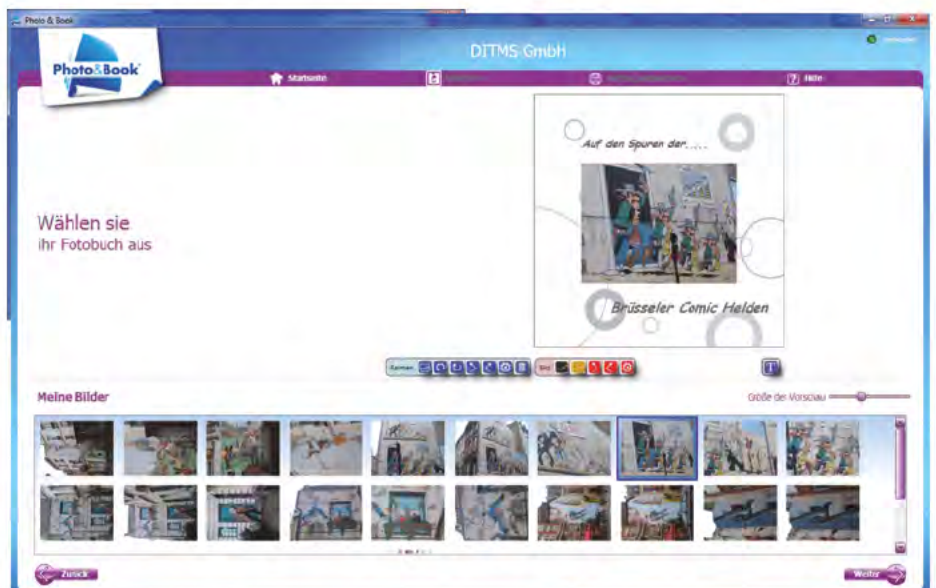
Screenshot 3: Mit dem Markieren des Bildes in der Bildübersicht erscheinen am Bild auch Icons. Letztere lassen sich mit dem obersten Icon in der rechten Leiste ausblenden. Die roten Schaltflächen darunter drehen das Bild um jeweils 90 Grad nach links beziehungsweise rechts. Übers schwarze Icon wird das Bild schwarzweiß dargestellt, übers ockerfarbene erhält es eine braune Sepiatonung. Unten: Mit den beiden äußeren Schaltflächen gelangt man direkt zum ersten beziehungsweise letzten Bild der Übersicht. Die inneren Pfeile dienen zum bildweisen Vor-/Zurück-Springen.

Screenshot 4: Die Titelseite eines Softcovers (oben rechts) kann der Fotokunde ebenso individuell layouten wie die Fotobuchseiten.

gramm das Layout, die Bilddateinamen und den Speicherort. Sollten die Bilder auf einem externen Datenträger, wie CD/DVD oder USB-Stick, gespeichert sein, muß der Rechner beim Fortsetzen auf diesen Datenträger wieder zugreifen können. Auch ein Systemabsturz ist kein Dilemma. Vielmehr kann der Kunde nach dem Neustart des Rechners an der Stelle weitermachen, an der er unfreiwillig unterbrochen wurde, weil alle bis zum Abbruch vorgenommenen Aktionen vom Programm registriert werden. „Photo & Book“ speichert nämlich automatisch alle 15 Sekunden.

Eindeutige Identifikation

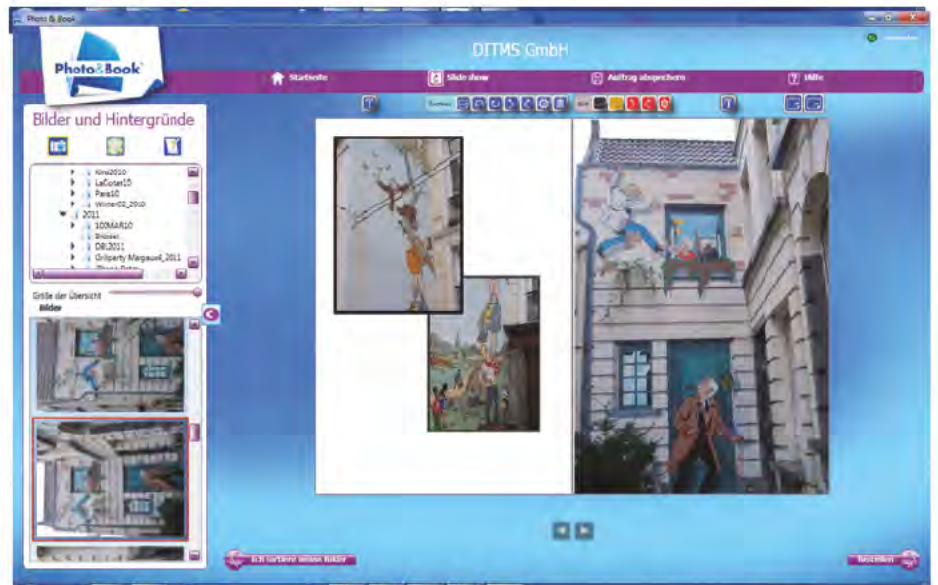
Sobald der Fotofreund die Buchgestaltung abgeschlossen hat, bleiben ihm zwei Möglichkeiten, das Fotobuch in Datenform an seinen Händler zu geben. Er kann es beispielsweise auf einem USB-Stick speichern, den er zum Ausarbeiten des Fotobuchs seinem Händler übergibt. Meistens werden die Daten vom Konsumenten online an den Fotohändler übermittelt. Dabei sorgt „Photo & Book“ dafür, daß die Daten ausschließlich bei dem Fotohändler landen, der dem Kunden die Software übergeben hat. Mit der Installation und



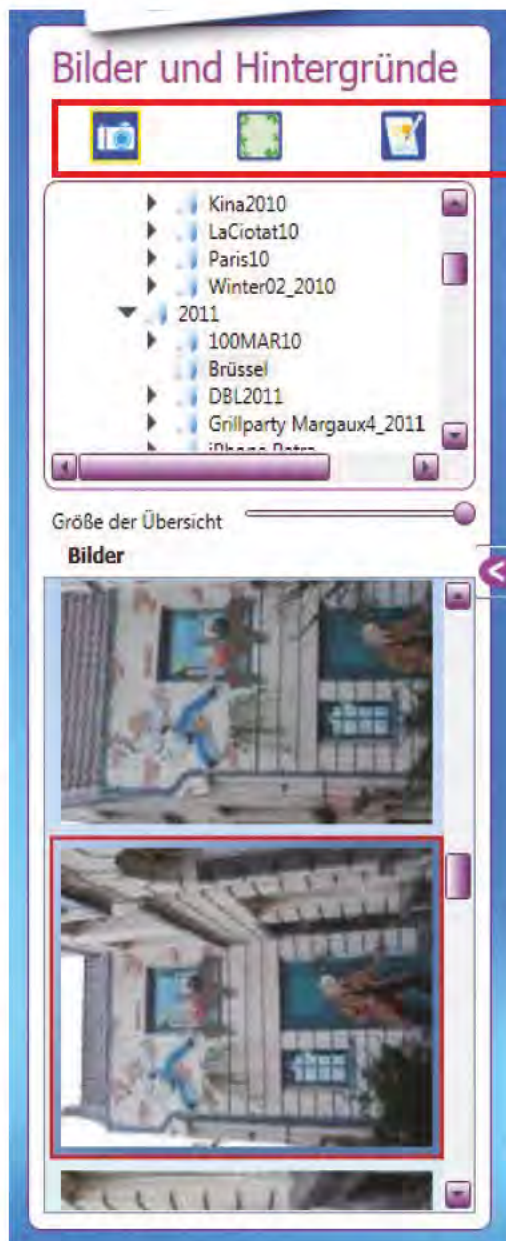
Anmeldung legt sich der Verbraucher bei seinem Händler ein Kundenkonto mit seinen persönlichen Daten an. Am Ende der Installationsroutine wird der Konsument aufgefordert, einen aus Ziffern und Buchstaben bestehenden Lizenzschlüssel einzugeben, den er zuvor ebenfalls von seinem Händler erhalten hat. Der Code funktioniert nach dem Schlüssel-Schloß-Prinzip. Nach der Installation aktiviert er die Kundensoftware, danach sorgt er bei jedem Online-Kontakt für die gegenseitige Identifikation und die Zuordnung von Kunde und Händler. Dank des Schlüsselcodes können weder die Kundendaten noch die Online-Bild- und Fotobuchbestellungen bei anderen Händlern landen, die ebenfalls „HPT“ nutzen. **Screenshot 1** zeigt beispielhaft die Startseite des Händlers, wie sie der Fotoamateur sieht. Auf dem Kundenkonto finden sich die persönlichen Daten des Verbrauchers, später – unten unter dem Reiter „Meine Bestellungen“ – auch eine Historie der bereits abgesandten Aufträge. Bestandteil des Kundenkontos ist – links – „Mein Briefkasten“, der Nachrichten oder Mitteilungen des Händlers an seinen Bilderkunden aufnimmt und übermittelt. Unter der jeweiligen Produktkategorie (rechts) stößt der Fotofreund auf alle Produkte, die sein Händler ihm zur Onlinebestellung anbietet. Darunter auch auf „Fotobücher“. Weil die meisten Bilderkunden nur gelegentlich ein Fotobuch erstellen, ist es für sie von Vorteil, wenn ihnen das Layouts und Bestellen leicht von der Hand geht. „Dar- auf“, versichert Ralph Berg, „haben wir bei der Entwicklung von ‚HPT‘ besonderes Augenmerk gelegt. Gerade, weil das Programm nicht ausufernd verflochten ist, kommen sowohl Neulinge als auch Fotoamateure, die es nur gelegentlich nutzen, schnell und problemlos damit zurecht.“ Mit Anklicken der „Fotobuch“-Schaltfläche bekommt der Bilderkunde alle Fotobuchtypen angezeigt, die ihm der Händler auf diesem Wege offeriert. Der Möglichkeiten gibt es viele: verschiedenste Größen im Hoch- und Querformat, unterschiedlichste Einbände, wie Soft- und Hardcover, nicht zu vergessen der variable Seitenumfang. Es liegt ganz im Ermessen des jeweiligen Fotohändlers, wie variantenreich er sein „HPT“-Online-Angebot letztlich gestaltet. Auch mit bewußt standardisierten Produkten kann man als Selbstverarbeiter Erfolg haben, wie sich am Beispiel von Foto & Studio Tischler, Hattingen (s. S. 4 – 9), zeigt.

Und los geht's

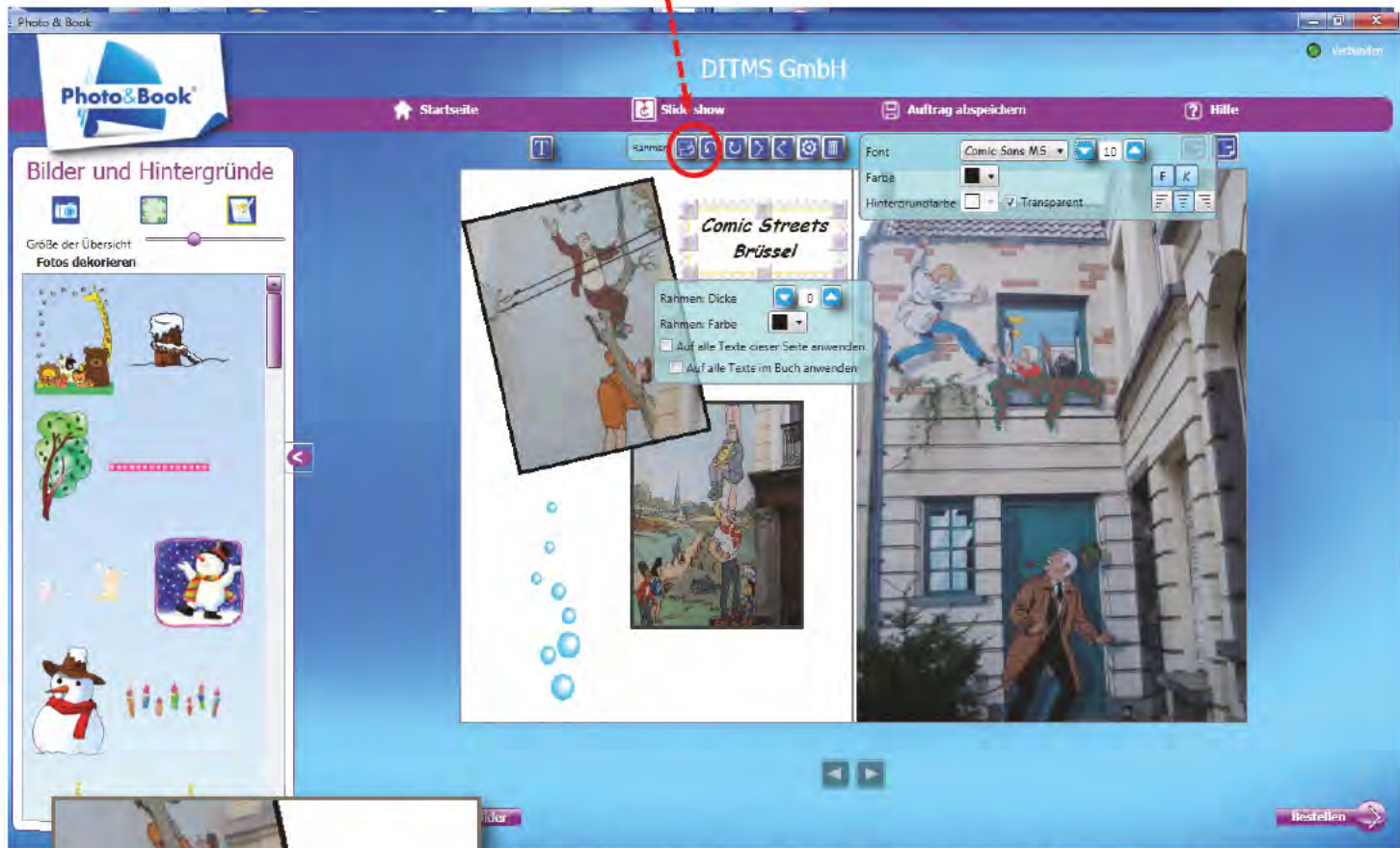
Nach Öffnen des Fotobuchangebots wählt der Kunde das Fotobuch aus, das ihm zu- sagt. Nun fordert ihn „Photo & Book“ auf,



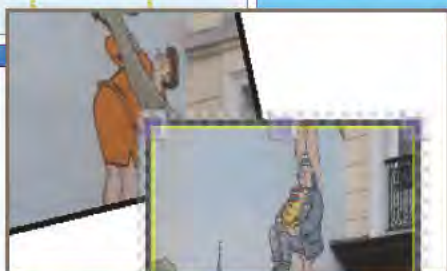
Screenshot 5: Die Seitengestaltungsansicht präsentiert sich dem Fotobuchkunden gut strukturiert und bedienerefreundlich. Viele Funktionen sind über Icons bequem auszuführen.



Screenshot 6: Diese Abbildung gibt den linken Block des Screenshots 5 vergrößert wieder. Unter der Überschrift (s. Umrandung) gibt es drei Icons. Je eines (v.l.) fürs Aufrufen der Bildergalerie (Kamera), der Seiten-Hintergründe (M.) und der Dekorstempel-Auswahl (r.)



Screenshot 7: Das Fenster auf der linken Buchseite weist auf diverse Rahmen-Gestaltungsoptionen hin, das Fenster oben auf der rechten Seite auf verschiedene typographische Möglichkeiten. Zudem lassen sich Bilder mit Rahmen durchs Anklicken des ersten Icons hinter „Rahmen“ in den Vorder- oder Hintergrund setzen.



Screenshot 8: Der Ausschnitt verdeutlicht, daß das untere – markierte – Bild in den Vordergrund gesetzt wurde und einen Teil des oberen, das im Hintergrund steht, verdeckt.

die Bilder fürs Buch und den Umschlag zu bestimmen und zu laden. Das Programm importiert Digitalbilder der Dateiformate JPEG, TIFF, BMP und PNG. Mit Öffnen des Bildverzeichnisses werden die Bilder klein im Vorschaumodus angezeigt, wobei sich die Darstellungsgröße der Bildchen mit einem virtuellen Schieberegler verändern läßt. Wie viele Bilder zum Bestücken des Fotobuchs erforderlich sind, hängt wesentlich vom Seitenumfang ab. Pro Seite fordert „Photo & Book“ „automatisch“ ein Bild zur ganzseitigen Wiedergabe an. Bei einem 20seitigen Fotobuch also 20 Bilder für den Inhalt und eines für den Umschlag. Selbstverständlich kann der Konsument auch mehrere Bilder pro Seite unterbringen und sie so sortieren, wie er sie auf jeder Seite haben möchte. Aus dem oder den Bildverzeichnissen lädt der Kunde die vorbestimmten Bilder in die Galerie von „Photo & Book“. Durch Anklicken von „Alles auswählen“ kann ein komplettes Bildverzeichnis übernommen werden. Ebenso ist es möglich, mehrere markierte oder einzelne Bilder aus verschiedenen Verzeichnissen in die Galerie zu transferieren. Als nächster Bearbeitungsschritt folgt unter „Sortieren

Sie Ihre Fotos manuell oder automatisch“ (Screenshot 2) die Bildselektion und -zuordnung für den Umschlag und die einzelnen Seiten. Drei Icons oben rechts in dieser Ansicht erleichtern dem Fotoamateur das Sortieren. Das erste – mit einem Kalendersymbol – ordnet die Bildauswahl chronologisch, wie es beispielsweise vielfach bei Urlaubs- und Reisefotobüchern der Fall ist. Bei Wahl der zweiten Schaltfläche ordnet das Programm die Bildfolge nach Dateinamen an. Die dritte läßt dem Kunden beim manuellen Sortieren der Bilder sprichwörtlich freie Hand. Damit die Abbildungsgröße jedes Bildes nicht zu klein gerät, ist die maximale Bildanzahl bei automatischer Bestückung auf sieben Bilder pro Seite begrenzt. Bei manueller Zuordnung lassen sich die Bildanzahl wie die -verteilung auf jeder Seite frei bestimmen. Allerdings hat auch der Händler die Möglichkeit, die maximale Bilderanzahl pro Seite durch Vorgaben in „Photo & Book“ zu beschränken. Screenshot 2 zeigt einen Teil des Seitenplans mit den seitenweise zugeordneten Bildern. Automatisch wird das erste als Umschlagbild markiert. Diese Zuordnung kann der Konsument an dieser

Stelle, aber auch jederzeit später – dann durch Anklicken von „Ich sortiere meine Bilder“ – beliebig umstellen. **Screenshot 3** gibt als Ausschnitt ein Bild des Sortierfensters mit den Icons wieder, die mit dem Markieren des Bildes erscheinen. Über den Schieberegler oben links (**in Screenshot 2**) kann der Kunde die allgemeine Darstellungsgröße der Bilder in der Übersicht verändern.

Viele Gestaltungsoptionen

Dem Sortieren der Bilder folgt die Buchgestaltung. Abhängig vom Fotobuchtyp beginnt die Buchseitenbearbeitung bei einem Softcoverbuch mit der Titelseite des Einbands. Beim fertigen Hardcover dagegen bleibt oft nur die Möglichkeit, ein 10x15-cm- oder 13x18-cm-Bild unter der Fensterstanzung der Umschlagtitelseite zu platzieren, was der Fotohändler erst zum Schluß, nämlich beim Binden des Buches, vornimmt. Kein Wunder, daß „Photo & Book“-Kunden häufig das Softcover vorziehen, bietet es ihnen doch ungleich größeren Gestaltungsspielraum als ein fester Einband. **Screenshot 4** belegt, daß sich die Titelseite des Softcovers (oben rechts im Bild) ebenso individuell gestalten läßt wie die Buchseiten. Das gilt für die Wahl eines Hintergrunds wie für die Bildausrichtung und -platzierung, für die Rahmenstärke und -farbe genauso wie für den Einsatz von Dekorstempeln, die als optionale Gestaltungselemente für den Titel wie für die Seitenbestandteil von „Photo & Book“ sind. Nach dem Umschlag geht’s an die Seitengestaltung.

Screenshot 5 gibt eine typische Doppelseite samt Werkzeugpalette wieder. Links sind unter der Überschrift „Bilder und Hintergründe“ Symbole für Bilder (Kamera), Seiten-Hintergründe (M.) und Dekorstempel (r.) sowie die Verzeichnisstruktur des Kunden-Rechners plazierte. Je nachdem, welches der Symbole man anklickt, öffnet sich darunter die Bildergalerie, die Hintergrund-Auswahl (**s. Screenshot 6**), die Dekorstempelsammlung. Die Bildergalerie beherbergt die zuvor ausgewählten Bilder. Farbe und Struktur der Seitenfonds wird durch die Wahl des jeweiligen Hintergrunds bestimmt. Sofern nicht durch Auto-Bestückung schon vorgegeben, kann der Konsument Bilder aus der Bildergalerie mit der Maus „anfassen“ und an beliebiger Position auf die vorliegenden Fotobuchseiten schieben. Oberhalb der Buchseiten finden sich (**in Screenshot 5 – Ausschnitt im Kasten S. 21**) links die Werkzeug-Icons für die Rahmen, rechts die für die Bilder. Über diese Schaltflächen kann der Fotoamateur Bilder in schwarzweiß oder sepia wandeln, Bilder drehen. Durch Anklicken des Zahnrad-Symbols aktiviert er die „undo“-Funktion, um die vorherige Aktion rückgängig zu machen. Während der Buchseitenbearbeitung ist es jederzeit möglich, den bisherigen Stand zu speichern, Aktionen abzubrechen, zur Startseite „zurückzuspringen“. Die Schaltflächen dazu befinden sich in der Leiste oberhalb der Bearbeitungssymbole.

Zur individuellen Gestaltung hält „Photo & Book“ eine Menge nützlicher Optionen

Systemvoraussetzungen

Photo & Book

Betriebssystem: Win. XP SP2, XP pro SP2, Vista, Windows 7

Software: Microsoft framework 3.5 (automatische Installation durch HPT)

Prozessor: Pentium 4 (empfohlen Dual Core)*

Arbeitsspeicher: 2GB RAM (empfohlen 4GB)

Bildschirmauflösung: 1280x960 Pixel

Erforderlich: Internet-Anbindung

HPT-Lab Software

Betriebssystem: Win. XP SP2 - XP pro SP2

Software: Microsoft framework 3.5 (automatische Installation durch HPT)

Prozessor: Pentium 4 - 3.4 GHz

(empfohlen Dual Core)*

Arbeitsspeicher: 2GB RAM

Festplatte: Mindestens 150GB

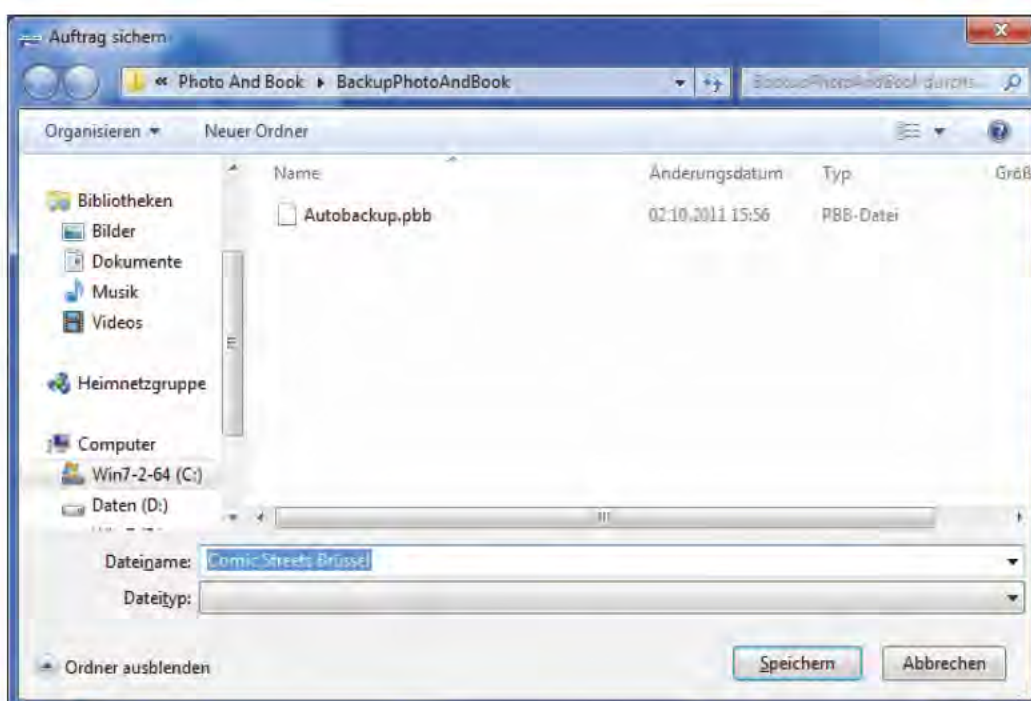
Bildschirmauflösung: 1024x768 Pixel

Mobile Datenträger: USB 2 und CD-R

Erforderlich: Internet-Anbindung

* Empfohlen bei Nutzung des Fotobuch-Moduls

Quelle: DITMS GmbH, Willich



Screenshot 9: Zwischendurch und am Ende der Buchgestaltung kann der Fotokunde „sein Werk“ als Auftrag sichern. Das kann er in der Auftragsbearbeitungsansicht bequem über das Icon „Auftrag abspeichern“ erledigen. Der hier abgebildete Screenshot bestätigt dem Kunden das korrekte Sichern.



Icons zur Seitengestaltung

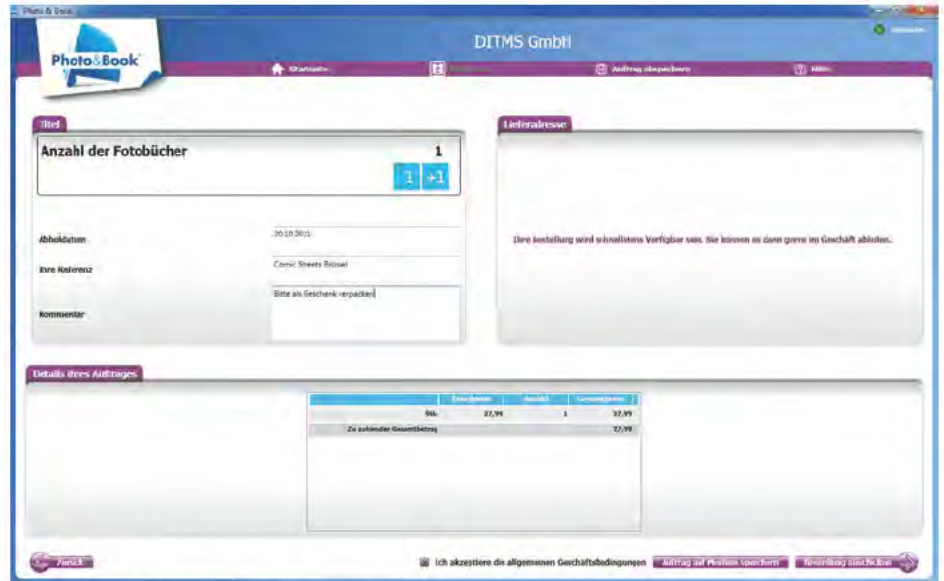
Direkt über der Doppelseite, die gestaltet wird, sind hinter der Bezeichnung „Rahmen“ blau-weiße Icons angeordnet, die für Bildrahmen, Hintergründe und Dekorstempel gelten. Rechts daneben sind die Funktionsschaltflächen für die Bilder positioniert. Mit den blau-weißen wählt der gestaltende Fotokunde folgende Funktionen (v. l.): an: markiertes Bild in den Vorder-/Hintergrund setzen (1. v. l.); markiertes Bild – einschließlich Rahmen – und Deko-Elemente jeweils um 90 Grad nach links/rechts (2. u. 3. Halbkreispeil v. l.) drehen; Bilder und Schmuckelemente schrittweise frei nach links/rechts drehen (4. u. 5. v. l., abgeknickte Pfeile). Alternativ kann das Rahmenelement (mit Bild) mit der Maus auf eine beliebige Position versetzt werden. Dazu wird die linke Maustaste gedrückt gehalten und das Objekt zum Zielplatz verschoben. Das Zahnrad (6. v. l.) steht für den „undo“-Befehl, der die vorherige Aktion rückgängig macht. Über den blau-weißen Abfalleimer (7. v. l.) wird gelöscht oder verworfen.

Vergleichbar logisch ist die Schaltleiste „Bild“, rechts daneben, programmiert. Übers schwarze Icon wird das markierte Bild schwarzweiß dargestellt, mit Aktivieren der ockerfarbenen Schaltfläche hingegen bekommt es eine Sepia-Tonung. Zum schrittweise freien Drehen eines markierten Bildes auf dem Fond oder innerhalb eines Rahmens ist zuvor eines der Icons mit abgeknicktem Pfeil zu betätigen. Anklicken der Zahnrad-Taste („undo“-Funktion) macht die vorherige Aktion rückgängig.

Über die „T“-Tasten gelangt man zu den Textboxen zum „Beschriften“ der Seiten. Mit den zwei blau-weißen Seiten-Symbolen ganz rechts



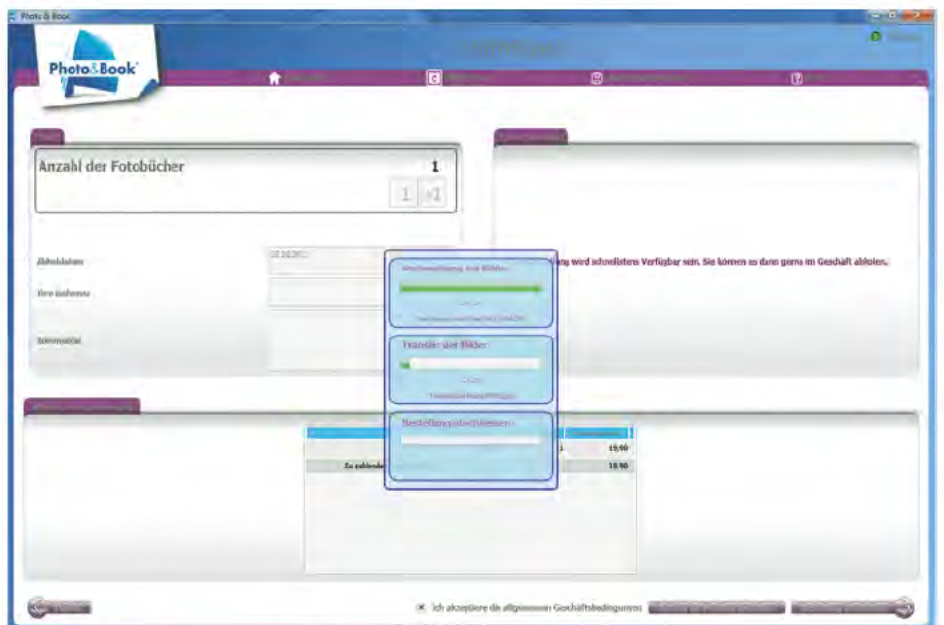
kann das Fotobuch – abhängig von der Standardkonfiguration des Buches – um eine oder mehrere Seiten erweitert beziehungsweise bis zum Mindestumfang verringert werden.



Screenshot 10: Das Bestellfenster nennt alle Details einschließlich des Preises für den Auftrag. Abschließend entscheidet der Konsument, ob er seinen nun kompletten Fotobuchauftrag auf einem Medium – etwa einem USB-Stick – speichern, oder ob er die Bestellung übers Internet an seinen Händler übermitteln möchte.

bereit. Abhängig von der Grundversion des Buches, also der Produktkonfiguration des Händlers, können Seitenumfang und Gestaltungsoptionen vorgegeben oder „unbeschränkt“ sein. Bei freier Gestaltung ist es beispielsweise möglich, an jeder beliebigen Stelle eine oder mehrere zusätzliche Seiten ins Fotobuch einzufügen. Ebenso können Seiten auch entfernt werden (**s. Kasten Iconserklärung links**). Die Freude am virtuellen Gestalten wird unter anderem dadurch verstärkt, daß sich die Seiten, realistisch wie in einem gebundenen Buch, mit der PC-Maus am Moni-

tor umschlagen lassen. Auf der linken Buchseite weist ein offenes Menüfenster (**Screenshot 7**) darauf hin, daß sich die Bilder im Fotobuch optional mit Rahmen in unterschiedlicher Stärke und in verschiedensten Farben versehen lassen. Die gewählte Rahmenstärke und Rahmenfarbe kann für ein einzelnes Bild, einheitlich für „alle Fotos dieser Seite“ oder „alle Fotos im Buch“ gelten. Die Rahmenfarbe wählt der Kunde aus einer Farbpalette aus. Selbstverständlich können Bilder aus gestalterischen Gründen auch versetzt übereinander im Fotobuch plaziert werden. Mit



Screenshot 11: Beim Versand übers Netz informiert das Fenster in der Mitte der Bestellsicht den Kunden über Fortschritt und erfolgreichen Abschluß der Auftragsübermittlung.

dem ersten blau-weißen Icon – rechts neben der Bezeichnung „Rahmen“ – bestimmt der Gestalter das Niveau, also die Vordergrund- oder Hintergrundpositionierung des jeweiligen Bildes. Der Ausschnitt (Screenshot 8) verdeutlicht, wie der Fotokunde die Bilder auf der linken Buchseite wechselweise in den Vordergrund setzen kann, so daß es Teile des jeweils anderen Bildes verdeckt. Plaziert man den Mauszeiger auf eines der kleinen quadratischen Elemente des Markierungsrahmens, läßt sich das Bild mit der Maus

füllen die rot-weißen Icons, wobei nur das jeweils markierte Bild – auf dem Seitenfond oder innerhalb eines Rahmens – gedreht wird.

Natürlich auch mit Text

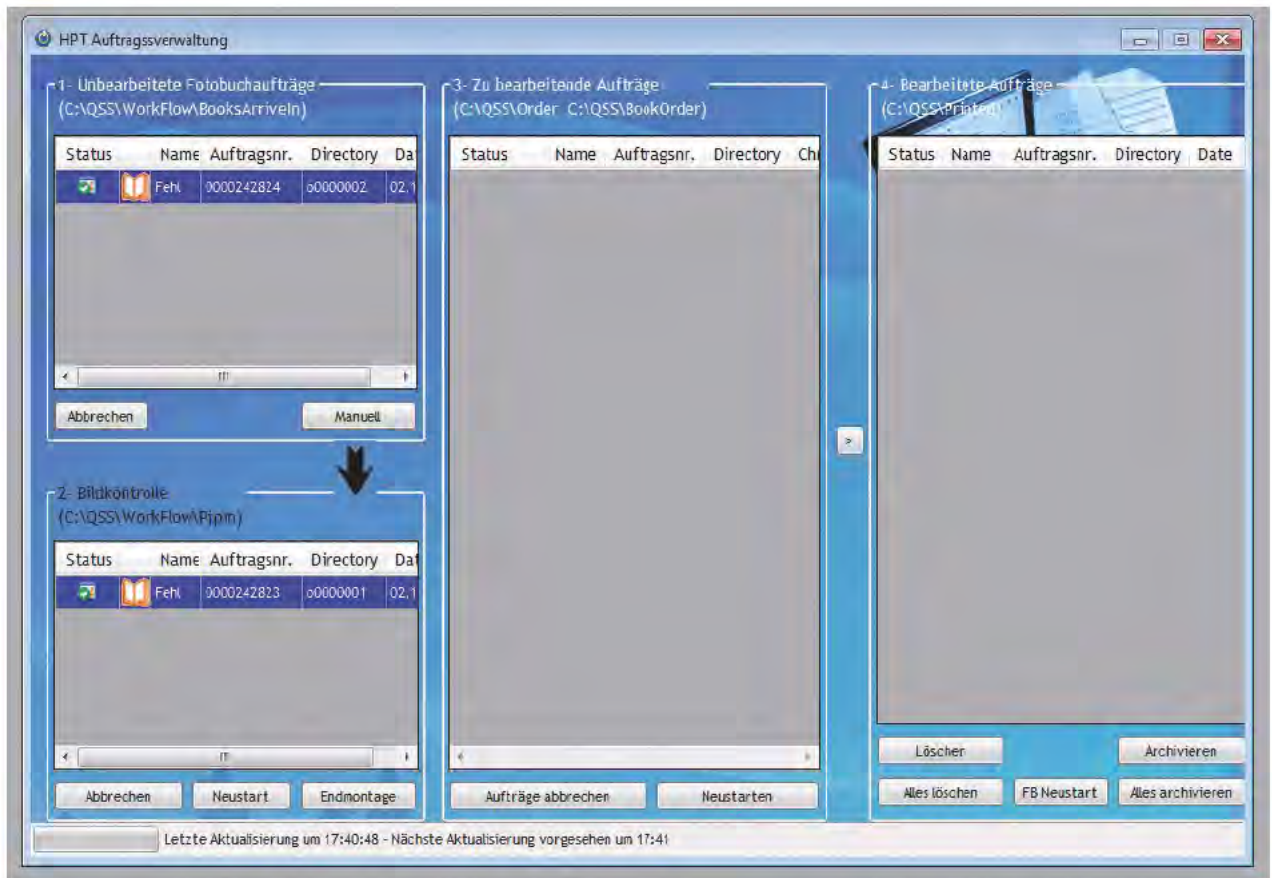
Auch die Dekorstempel kann man wie Bilder einsetzen und skalieren. Durch Aufrufen der „Textbox“ (blaues Icon mit weißem „T“ in Screenshot 5/Kasten S. 24) hat der Kunde Zugriff auf alle Schriften (engl. „Fonts“), die in der gemeinsamen Schriftendatei seines Rechners verwaltet werden,

Screenshot 12: Auch „Lab2“, die händlerseitige Software-Applikation von „HPT“, bedient sich des nützlichen „EZ Controllers“. Hier beispielsweise zur Bilddatenkontrolle und zur Bildkorrektur.



durch Klicken und Ziehen wahlweise in der Länge, der Höhe oder diagonal über beide Ebenen verkleinern oder vergrößern. Positioniert der Fotoamateur den Mauszeiger an einer beliebigen Stelle auf dem Bildrahmen, verändert und bestimmt er durchs Klicken und Ziehen der Maus den Standort des Bildes auf der Buchseite. Nach Anklicken der Schaltflächen mit den abgewinkelten Pfeilen (blau-weißes Icon) kann der markierte Rahmen mitsamt dem Bildinhalt frei auf der Seitenfläche gedreht werden. Die gleiche Funktion er-

und zwar in allen Schriftgraden (Größe in Punkt), Schriftschnitten (normal, fett, kursiv), und Schriftfarben (wie im Screenshot 7, Fenster oben rechts). Diese Funktion macht es möglich, einzelne oder alle Seiten sowie den Titel des Fotobuches ganz nach Belieben auch typographisch zu gestalten. Der Kunde kann den Text direkt auf den Seitenfond oder in einen eigenen Textrahmen setzen. Wie die Bilder, so lassen sich auch einzelne oder mehrere Textelemente frei auf den Seiten und dem Titel plazieren, nämlich ganz nach Belieben



Screenshot 13: Die „HPT“-Auftragsverwaltung informiert den Fotohändler über den Auftragsverlauf. Und zwar vom Auftragseingang (1) über die Bildkontrolle (2), die Ausarbeitung (3) bis zur Fertigstellung (4).

waagrecht, senkrecht oder diagonal. Vor der Auftragsübergabe an den Händler kann der Konsument die Hintergründe, Bilder, Texte, Dekorstempel auf dem Cover-Titel und den Seiten seines Fotobuches kontrollieren und bei Bedarf durchaus noch umstellen, austauschen und verändern. Sofern nicht schon zwischendurch geschehen, wird der Konsument seinen soweit fertiggestellten Fotobuchauftrag durch Speichern sichern (s. Screenshot 9).

Online oder im Geschäft bestellen

Im Bestellfenster von „Photo & Book“ (Screenshot 10) ist unter dem Reiter „Titel/Bestelldetails“ die „Anzahl der Fotobücher“ mit „1“ vorgegeben. Mit den blau-weißen Tasten darunter kann der Kunde die Anzahl weiter erhöhen oder (bis auf „1“) wieder verringern. Im Feld hinter „Ihre Referenz“ hat er die Möglichkeit, eigene Vermerke zu notieren, beispielsweise den Titel des Fotobuches. Ebenso gut kann das Feld frei bleiben. Das gilt prinzipiell auch für das folgende „Kommentar“-Feld, das der Besteller optional für zusätzliche (Bestell-)Angaben nutzen kann. So etwa für den Hinweis, das fertige Buch als Geschenk zu verpacken. Generell weist „Photo & Book“ den Abholtermin automatisch aus. Sofern der Selbstverarbeiter diese Programmvorgabe nicht ändert, wird der Bestelltag auch als Fertigstellungstag an-


gezeigt. Notiert der Kunde im „Kommentar“-Feld einen Wunschtermin, bekommt der Händler ihn mit dem Auftrag auch angezeigt.

Unter dem Reiter „Lieferadresse“ (im Screenshot 10) befindet sich der Hinweis zur Abholung im Geschäft. Bei überregional tätigen Fotohändlern, die Fotobücher (auch) per Post versenden, gibt der Kunde an dieser Stelle die Empfängeradresse ein. Details seines Auftrags bekommt der Konsument im unteren Feld angezeigt. Neben dem Gesamtbetrag werden alle Rechnungspositionen übersichtlich einzeln aufgelistet, allesamt Werte, die der Fotohändler bestimmt und einpflegt. Nun muß der Besteller durch Anklicken des Kästchens (unten) noch die Geschäftsbedingungen akzeptieren, die er sich zuvor vollständig anzeigen lassen kann. In dem Programm sind Standard-Geschäftsbedingungen hinterlegt, die der Fotohändler aber durch seine eigenen tauschen kann. Abschließend hat der Konsument die Wahl, seinen Fotobuchauftrag auf einem Medium, beispielsweise einem USB-Stick, zu speichern und im Fotogeschäft persönlich abzugeben oder die Bestellung online an seinen Fotohändler zu schicken. Mit dem Auftragsversand übers Internet wird der Fotobuchauftrag automatisch im Backup-Ordner von „Photo & Book“ – auf dem Rechner des Kunden –

Fotomehrwert Noritsu D1005 HR

Die Zukunft
printet
beidseitig

Checkliste für Ihren Erfolg

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



Downloadadressen

„Photo & Book“ gibt es in zwei unterschiedlich umfangreichen Versionen. Eine ohne Vorlagen, eine mit allen eingebetteten Templates, wie Hintergründe, Stempel, Rahmen. Die komplette Version umfaßt 110 MB und hat eine durchschnittliche Downloaddauer von etwa sechs Minuten. Unter der Internetadresse

www.photoandbook.com/photoandbook.exe können Konsumenten die Normalversion, unter der längeren Internetadresse www.photoandbook.com/photoandbook_full.exe die Vollversion der Software herunterladen. Zum Freischalten der Testversion ist noch der Lizenzschlüssel H1ET-KCH3-6Y2N-81BW einzugeben.

Fotohändler, die „HPT“ bereits nutzen, werden ihren Kunden empfehlen, sich zum Download des entsprechenden Links der Händlerseite zu bedienen. Den individuellen Lizenzschlüssel (nicht den oben genannten!) erhalten diese Kunden dann ebenfalls von ihrem Händler. Fotohändler, die HPT testen möchten, wenden sich an Ihren DITMS-Vertriebsrepräsentanten oder die Willicher Unternehmenszentrale.

gespeichert. Auf diese Weise ist das fertig gestaltete Fotobuch als Datensatz gesichert und kann bei Bedarf vom Kunden jederzeit wieder aufgerufen werden.

Getrennt und verschlüsselt

Während des Onlineversands zeigt eine Fortschrittsanzeige (**Screenshot 11**) dem Besteller die vollständige Datenübertragung an. Generell werden nur die Bilder, das Layout und die Auftragsdaten übermittelt, nicht das fertig gestaltete Buch. Zur „Vorbereitung der Bilder“ gehört, daß alle Bilddaten entsprechend der Abbildung im Buch heruntergerechnet werden. Da zur qualitativ einwandfreien Wiedergabe von einer beispielsweise 50 MB großen Tiff-Datei nur ein Bruchteil der Daten erforderlich ist, ermittelt und reduziert das Programm die Datenmenge und konvertiert jedes Bild generell ins JPEG-Dateiformat. Danach folgt – ebenfalls Bild für Bild – der „Transfer der Bilder“. Getrennt und verschlüsselt werden die Layout- und Auftragsdaten des Auftrags an einen „HPT“-Server, die Bilddaten an einen gesonderten FTP-Server übermittelt. Nachdem der Händler sie dort abgerufen hat, werden sie erst auf seinem Rechner wieder entschlüsselt. Die meisten Händler haben ihr Laborsystem so konfiguriert, daß es die Server im Fünfminutentakt nach aufgelaufenen Bestellungen abfragt und alle vorliegenden Aufträge jeweils automatisch herunterlädt. Aus organisatorischen Gründen haben etliche „HPT“-Anwender einen Drucker an ihren PC angeschlossen, um von ausnahmslos jedem vorliegenden „HPT“-Onlineauftrag auch gleich einen Auftragsschein zu bekommen.

Bis zur Fertigstellung im Bilde

Mit dem Abrufen der Aufträge auf den händler eigenen Rechner wird „Lab2“ aktiv. Das ist jene Software-Applikation von „HPT“, die dem Fotohändler zum Aufbereiten und Ausgeben der Bilddaten vorbehalten ist, wobei „Lab2“ die Dienste des „EZ Controllers“ nutzt. Letzterer übernimmt zunächst die Bildkontrolle (**Screenshot 12**). Ob der Konsument besser korrigierte oder unkorrigierte Bilder zur Fotobuchproduktion verwendet, sollte der Händler mit seinen Kunden zuvor abstimmen. Sinnvoll ist die Bildbearbeitung durch den Kunden durchweg nur dann, wenn er sie an einem kalibrierten Monitor vornimmt. Doch selbst dann lassen sich Farbabweichungen und Helligkeitsunterschiede zwischen dem Kundenmonitor und dem auf Papier ausgegebenen Fotobuch nicht ausschließen. Diesem Risiko begegnet so mancher Selbstverarbeiter dadurch, daß er vom Kunden unbearbeitete Bilddata-

teien erbittet, die er vor der Fotobuchproduktion selbst kontrolliert und bezüglich Farbe, Schärfe und Kontrast korrigiert. Das ist – wie bei der Amateurbildfertigung – mit Hilfe des „EZ Controllers“ möglich, der auch eine Warnmeldung ausgibt, wenn die Bilddatenmenge/die Auflösung von Abbildungen zur qualitativ einwandfreien Wiedergabe im Fotobuch nicht ausreicht. Zur Bildbearbeitung kann der Händler sich der Korrektursoftware des „EZ Controllers“ oder – rein manuell – jedes anderen Bildbearbeitungsprogramms, wie etwa Photoshop, bedienen. Die korrigierten Bilder speichert der Selbstverarbeiter ab, um sie dann zur Endmontage ins Fotobuch einzufügen. Möglich ist aber auch, den Fotobuchauftrag vollautomatisch über den „EZ Controller“ auszuarbeiten. So oder so, nach dem Printen muß der Fotohändler die ausgegebenen Seiten noch manuell mit dem Umschlag zum Fotobuch binden. **Screenshot 13** zeigt die „HPT Auftragsverwaltung“ der „Lab2“-Software. Ihre vier Rubriken verdeutlichen zugleich den Auftragsverlauf. Unter der ersten findet der Händler die eingegangenen, von ihm noch zu bearbeitenden Fotobuchaufträge. Es folgt die Bildkontrolle der dazugehörigen Abbildungen, die im jeweiligen Fotobuch plaziert werden. Unter 3 erscheint eine Liste der Aufträge, die nacheinander bearbeitet werden. Das letzte Feld (4) weist alle fertig bearbeiteten Fotobuchaufträge aus. Wegen der durchweg kurzen, ein- bis zweitägigen Lieferzeit bekommt der Kunde die korrekte Übertragung und die Fertigstellung seines Auftrags signalisiert. „Photo & Book“ zeigt ihm stets den aktuellen Status aller seiner Aufträge an, den des jüngsten zuoberst. Die Daten von bereits früher erstellten „Photo & Book“-Fotobüchern kann der Kunde bei Bedarf einfach aus dem Archiv laden.

Offenes System

Die Grundformate der „HPT“-Produkte orientieren sich logischerweise am Ausarbeitungsspektrum der aktuellen Noritsu-Geräte. Gleichwohl bietet „HPT“ dem selbstverarbeitenden Fotohändler die Möglichkeit, auch andere Formate anzubieten. Ebenso kann er unter „Werkzeuge“ eine Vielzahl individueller Einstellungen vornehmen. Somit ist „HPT“ im Grunde ein offenes Bestellsystem. Voraussetzung für den Einsatz von „HPT“ ist ein Internetanschluß. Er wird zu Installation, Fernwartung, Lizenzkontrolle von „HPT“ und zur Onlinebildbestellung benötigt. Der „HPT“-Onlineservice kostet ohne Traffic-Beschränkung monatlich 49,90 Euro netto. Für jedes Kundenterminal ist eine einmalige Lizenzgebühr von 300 Euro zu entrichten.

Neu ab März 2012: QSS-38er Geräteserie von Noritsu

Nasse in Bestform

Wer glaubte, mit den volldigitalen Trockenlabs sei das Ende der bewährten fotochemischen Minilabgeräte besiegelt, sieht sich getäuscht. Nach wie vor gibt es Ausarbeitungsbereiche, in denen das NaBlab den trockenen Nachkömmlingen überlegen ist. Etwa bei der volumenstarken, preiswerten Fotoherstellung, aber auch bei der Fotobuchproduktion. Noritsu bietet auch für diese Anwendungen neueste Produktionsmittel.

Auf der PMA@CES, die vom 10. bis 13. Januar 2012 in Las Vegas/USA stattfand, stellte Noritsu ihre neuesten Naßgeräte der Baureihe 38 vor. Die Silberhalogenid-Minilabs sind technisch auf dem aktuellsten Stand, sie produzieren Fotos schnell, kostengünstig und in hervorragender Qualität auf Fotopapier.

Zwei verschiedene Modelle

Mit dem QSS-3800 offeriert Noritsu ein günstiges Einstiegsgerät, das es Selbstverarbeitern wie Laboren leicht macht, sich erfolgreich in ihrem speziellen Bildermarkt zu positionieren. Das QSS-3801HD zeichnet sich gegenüber dem QSS-3800 durch erweiterten Funktionsumfang, ein hochauflösendes 640-dpi-Laser-Belichtungssystem, einen 12er Sorter

und ein präzises Colorimeter fürs tägliche Setup aus. Bei der Entwicklung des QSS-3800 stand ein möglichst günstiger Anschaffungspreis – unter Beibehaltung Noritsu-typischer Qualitätsmerkmale – im Vordergrund. Doch auch das komfortabler ausgestattete QSS-3801HD kann sich in seiner Geräteklasse nicht nur technisch, sondern auch preislich sehen lassen. „Beide Modelle werden im Naßgeräte-Segment eine wichtige Rolle spielen“, ist Thomas Mümken, Geschäftsführer der Dipl.-Ing. Thomas Mümken Sales GmbH, Willich, überzeugt.

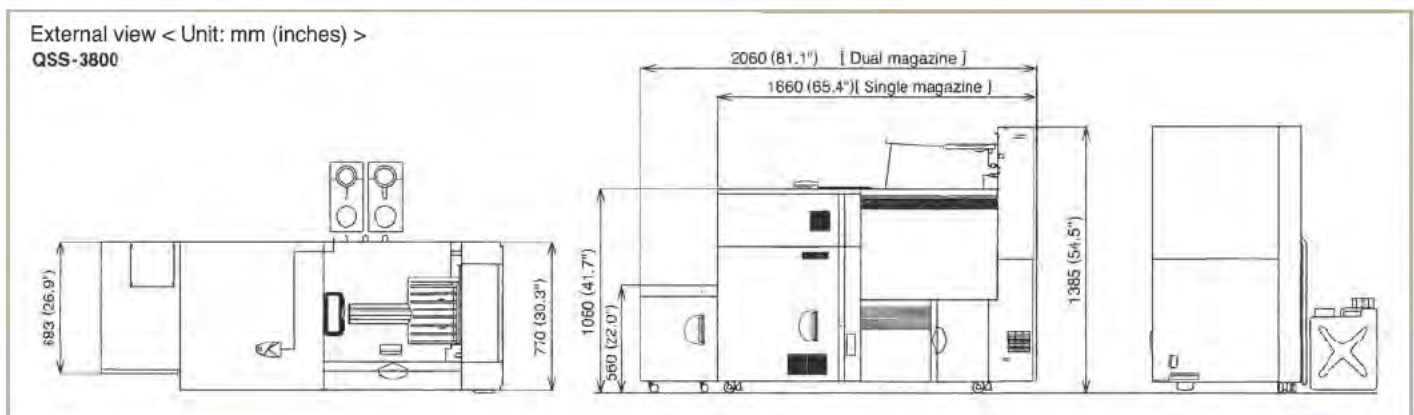
Details der neuen Geräte

Das QSS-3800 hat Noritsu mit einer modernen und in der Praxis bewährten 300-dpi-Laser-Belichtungseinheit ausgestattet. Dem QSS-3801HD spendierten die Japaner sogar einen „High Definition“-640-dpi-Laser, der selbst feinste Nuancen im Foto – besonders bei Hauttönen und homogenen Flächen – wiedergibt. Die so erzielte Farbdarstellung und Bildtiefe zeichneten schon die HD-Modelle der 37er Baureihe aus. Gegenüber den 37er Modellen können die neuen QSS-Minilabs der 38er Serie auch mit nur 160 Mikrometer „dünnem“ Fotopapier beschickt werden. Dieses Material eignet sich unter anderem besonders zum Ausarbeiten von Fotomehrwert-Produkten, wie „Layflat“-Fotobüchern auf echtem Fotopapier. Die Modelle QSS-3800/3801HD zeichnen sich durch eine besonders platzsparende Bauweise aus. Ihre breite, flache Arbeitsfläche bietet hinreichend Platz für den „EZ-Controller“. Dank dieser Anordnung benötigt das System 40 Prozent weniger



Mit dem neuen QSS-3800 stellt Noritsu ein vollwertiges, preiswertes Einstiegs-Naßgerät vor.

QSS-3800



Platz als bei Positionierung des „EZ-Controllers“ auf einem separaten Arbeitstisch. Auch die Ausarbeitungsleistung der neuen Modelle überzeugt. So lassen sich mit dem QSS-3801HD stündlich bis zu 1.480 Fotos im Format 10x15 cm produzieren. Bis zu 740 Prints des gleichen Formats schafft das QSS-3800. Aber auch bei den größeren Bildformaten können die neuen Naßlabs punkten. Sowohl das QSS-3800-Gerät als auch das QSS-3801HD fertigen stündlich bis zu 420 Fotos im Format 20x25 cm und 200 Großbilder in 30x45 cm. Als größtmögliche Papierbreite verarbeiten beide Modelle 305 mm breites Fotopapier, die größtmögliche Schrittlänge beträgt 914 mm. Letzteres ermöglicht Betreibern von 38er Geräten, auch beeindruckende Panoramaprints schnell selbst auszuarbeiten.

Ab März 2012 lieferbar

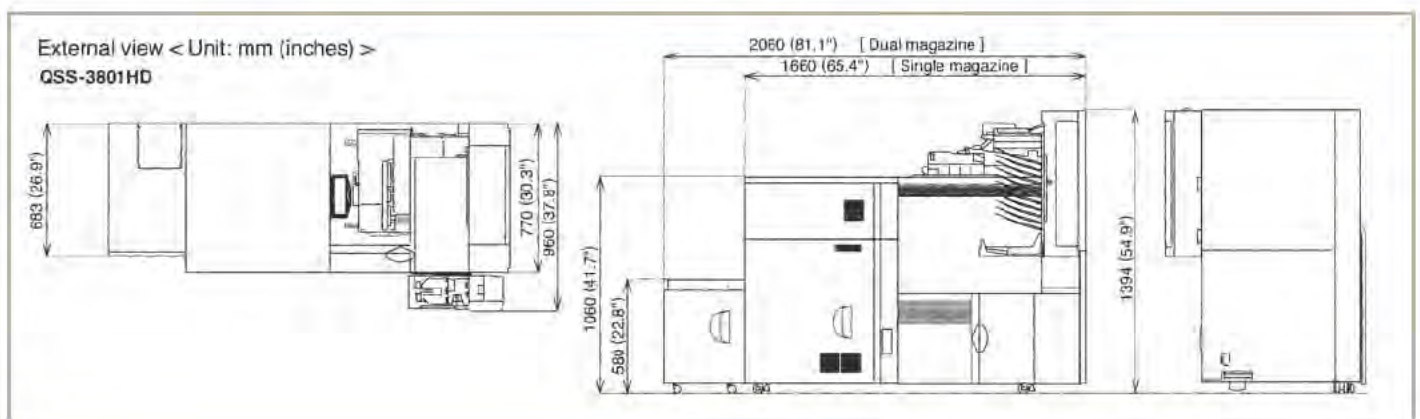
Ein einzigartiges und in der Praxis sehr geschätztes Merkmal, das bereits vorherige Noritsu-Gerätegenerationen ausgezeichnet hat, findet sich auch beim neuen QSS-3801HD. Mit Hilfe der optional erhältlichen „EZ-Controller“-Software ist es möglich, eine gerade laufende Fotoproduktion zu unterbrechen, um einen anderen Auftrag, beispielsweise Paßbilder, vorrangig zu fertigen. Farbige LED-Leuchten an den Sorter-Tablets signalisieren zweifelsfrei, welche Fotos zum unterbrochenen und welche zum zwischengeschobenen Auftrag gehören. Bestandteil der neuen 38er ist „Accu-Smart“. Für erfahrene Betreiber von Noritsu-Labs nicht neu, führt die bewährte Bildverarbeitungstechnik automatisch Bildkorrekturen durch, bietet eine große Palette verschiedenster Korrekturwerkzeuge, unter anderem zur Farbkorrektur, zur Rauschunterdrückung, zum Entfernen „roter Augen“. In Kombination mit dem „EZ-Controller“ ermöglicht „AccuSmart“, auch Fotos von RAW-Bilddateien mit den neuen 38ern auszuarbeiten.

Beim QSS-3801HD ist das hochwertige Colorimeter Bestandteil des Papierprozessors. Sobald die Testprints der täglichen Testroutine den Trockner verlassen haben, werden sie dem Colorimeter automatisch zugeführt und „ausgemessen“, was dem Operator das „Setup“ wesentlich erleichtert. Optional können die 38er Geräte mit Dual-Magazin versehen werden. Dadurch läßt sich die stündliche Ausarbeitungsleistung der Geräte beziehungsweise die Produktion verschiedener Formate – gegenüber der Standardausstattung – ohne lästige Magazinwechsel erhöhen. Auch wenn für Selbstverarbeiter in Deutschland und den meisten westeuropäischen Ländern das Trockenlab zum Maß aller Dinge geworden ist, so gibt es durchaus einen nicht zu unterschätzenden Bedarf an Naßgeräten. „Schließlich“, so Thomas Mümken, „liefern Silberhalogenidlabs Fotos in ganz ausgezeichnete Qualität – und zwar nach wie vor zu unschlagbar niedrigen Herstellungskosten. Das macht sie für Anbieter mit hohem Ausarbeitungsaufkommen sowie für speziell ausgerichtete Betriebe, wie Fotogroß- und Fotofachlabore, für Schulfotolabore wie Online-Bilddienstleister, durchaus attraktiv.“ Die neuen 38er Modelle – vom Einstiegsgerät QSS-3800 bis zur Hochleistungsmaschine QSS-3801HD – werden ab März 2012 in Europa lieferbar sein. Sie ersetzen die QSS-Geräte 3701 bis 3703. Noritsus leistungsfähigstes Naßlab QSS-3704HD bleibt unverändert im Programm.

QSS-3801HD



Das neue QSS-3801HD zeichnet sich unter anderem durch einen hochauflösenden 640-dpi-Laserbelichter, einen Sorter und ein integriertes Colorimeter aus.



Ihre persönlichen Ansprechpartner



■ Norddeutschland

Frank Pohlmann
0173 97 01 754
frank.pohlmann@ditms.de



■ Disposition und Bestellannahme für Verbrauchsmaterial

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



■ Ost-/Südostdeutschland

Majo G. König
0173 91 26 650
majo.koenig@ditms.de



■ Technical Support

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



■ West-/Südwestdeutschland

Mirko Wild
0172 20 58 034
mirko.wild@ditms.de



■ Technical Support

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



■ Benelux

Lex Engel
+31 65 12 411 77
lex.engel@ditms.de



■ Geschäftsführer

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



■ Schweiz, Österreich

Kurt H. Freund
+41 44 780 15 63
+41 79 436 44 81
kurt.freund@imagingpower.com



■ Vertriebsinnendienst

Heike Borges
+49 (0)21 54 91 57-30
heike.borges@ditms.de
info@ditms.de

Die Zukunft
printet
beidseitig



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

Dipl.-Ing.
Thomas Mümken
Sales GmbH

NORITSU



Unsere Familie. Unser Fotobuch.

Noritsu
D1005 HR



Die Zukunft printet beidseitig