

imaging markt

Die Zeitschrift für Minilab, Finishing + Digital Imaging



Auf zur Messe!

photokina : 26. September bis 1. Oktober 2006

Wo lassen Ihre Kunden digitale Aufträge entwickeln?

...die Zeiten haben sich geändert

Wir machen Sie zum professionellen Online-Fotodienstleister. Mit unserer Software landet jeder Auftrag ausschließlich und direkt bei Ihnen.

Der professionelle
foto
Online
service
24
Online-Bilderdienst

Ihre Vorteile:

- Einfache Bedienung
- Komfortable Auftragsbearbeitung
- Professionelle Werbeunterstützung
- Hohe Kundenbindung
- Mehr Umsatz

**Lust auf mehr Umsatz?
Ab nur 44.- Euro mtl.
zzgl. MwSt
sind Sie dabei.
Wenn Sie
wollen
schon
morgen!**

0561/5798970

Rufen Sie uns an -
wir beraten Sie gern!

www.fos24.de/haendler



Kollegenportrait 4
 Fotostudio CREATIV, Bernburg
 und Aschersleben / Teil II
Stets nach vorn orientiert

Finanzierung 12
 akf leasing, Wuppertal;
 Interview mit Klaus Gröppler
Alles, was mobil ist

Minilab 18
 Neu: variantenreiche
 QSS-35er-Geräteserie
Für jeden das Passende

Bildermarkt 24
 Foto Söhn, Düsseldorf:
 Großformatdrucker ergänzt
 das eigene Fachlabor
Groß im Bilderservice

Messe 26
 Noritsu auf
 der photokina 2006
Auf nach Köln!

Chemie 28
 Tetenals Ecojet-Tabletten-
 chemie und QSS-3501J
Trocken, sicher, einfach

Vom Minilabgerät bis zur
 Yacht: die akf leasing finanziert
 mobile Investitionen. Auch un-
 ter „Basel II“. Wie? Mehr
 dazu ab Seite 12.



Abb.: Fotostudio CREATIV

Ein Feuerwerk guter Vermarktungs-
 ideen brennt der Bernburger Stu-
 diobetreiber auch im zweiten Teil
 des Kollegenportraits ab. Es zündet
 ab Seite 4.



Abb.: Schweitzer

Im Grunde gleich, und doch so ver-
 schieden, so präsentiert sich die
 neueste Modellreihe von Noritsu.
 Ausführlich ist der Vorbericht ab
 Seite 18.



Abb.: fe

Seit zehn Jahren produziert Tetenal
 die Ecojet-Tablettenchemie. Nun
 läßt sie sich auch in Noritsu-Ge-
 räten verwenden. Mehr zu beidem
 ab Seite 28.



Abb.: MEV

IMPRESSUM

Herausgeber + Verlag
 Noritsu (Deutschland) GmbH
 Siemensring 87
 47877 Willich
 fon: 02154. 9157-0
 fax: 02154. 9157-70
 www.noritsu.de

Redaktion
 Heinz-Joachim Fehl
 (verantwortlich)
 fon: 02154. 9157-61
 fax: 02154. 9157-70
 joachim.fehl@noritsu.de



Gestaltung
 Dipl.-Grafikerin Barbara Schmitz,
 Düsseldorf
 www.barbara-schmitz.de

Litho + Druck
 Lilodruck OHG, Düsseldorf

Erscheinungsweise
 Sechsmal im Jahr

Auflage
 Verteilte Auflage dieser Ausgabe
 5.448 Exemplare

Titelbild
 Kunatowski/Wild/Schmitz/4C

© Noritsu (Deutschland) GmbH
 Alle Rechte vorbehalten.
 Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit
 Genehmigung des Herausgebers.



Professionelle Bildbearbeitung: ein eigener Raum mit zwei Bildschirm-Arbeitsplätzen.



Abb.: fe

Fotostudio CREATIV, Bernburg und Aschersleben, Teil II

Stets nach vorn orientiert

Dietmar Hänisch ist Unternehmer durch und durch. Er hat viele Ideen, die er, nach Erfolg in seinem ersten, seit kurzem auch in seinem zweiten Fotostudio verwirklicht.

Um das Leistungsspektrum, um Angebotsart, Verkauf, Service und Werbung der beiden Betriebe geht es in diesem zweiten Teil des Unternehmensportraits.

Komplettservice für Kindergärten

Zu einem Bereich, der sich in der kurzen Zeit seit der Gründung des Fotostudios ebenfalls gut entwickelt hat, gehört die Kindergartenfotografie. Um ins Geschäft zu kommen, stellte man sich vor und machte in den verschiedenen Gruppen von den spielenden Kindern Reportageaufnahmen. Von den Bilddaten produzierten die Bernburger große Bilder, die seither die Flure der Kindergärten schmücken. Von den Ergebnissen waren nicht nur die Kindergärtnerinnen, sondern auch die Eltern der Kinder begeistert. Gegenüber anderen Kindergartenfotos operieren die Bernburger mit einem „liberaleren Angebot und einfacherer Abwicklung“. Am Aufnahmetag stimmt sich der Fotograf mit den Kinder-

gärtnerinnen jeder Gruppe ab und berücksichtigt deren Fotowünsche. Bei gutem Wetter fotografiert er draußen, bei schlechtem in einem kleinen Studio, das er in einem Gruppenraum aufstellt. In jedem Fall bringt er etliche Requisiten zu den Aufnahmen mit. Nach dem Shooting

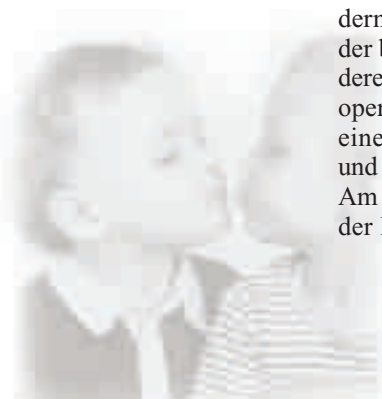
bekommt der Erziehungsberechtigte, der das Kind abholt – meistens die Mutter, gelegentlich auch der Vater oder ein Großelternanteil –, auf einem Laptopmonitor alle Aufnahmen des Kindes zu sehen. Er kann frei wählen, ob beziehungsweise welche und wie viele Bilder er von welchen Motiven haben möchte.

„Wir bieten bewußt keine Packages, sondern Einzelbilder an, so daß der Erziehungsberechtigte des Kindes sich die Bilder individuell zusammenstellen kann. Wir üben weder auf die Eltern



Alle Abb.: Fotostudio CREATIV, Bernburg

Steckt voller Marketingideen: Dietmar Hänisch, Gründer und Inhaber der Geschäfte.



„Gekauft wird aus dem Bauch heraus, nicht nur, wenn es um Bilder geht.“

der Kinder noch auf die Kindergärtnerinnen Verkaufsdruck aus“, erklärt D. Hänisch. Am Aufnahmetag bleibt der Fotograf so lange

im Kindergarten, bis das letzte Kind abgeholt worden ist, auch die letzte Mutter die Bilder ihres Kindes gesehen hat. Anhand der Auswahl wird ein schriftlicher Auftrag erstellt. Die bestellten Bilder werden im hauseigenen Labor produziert und ein paar Tage nach den Aufnahmen den Erziehungsberechtigten im Kindergarten ausgehändigt. Bei der Bildübergabe nimmt der Fotograf auch das Inkasso vor. Sollte ein Kunde etwas zu beanstanden haben, ist der Fotograf sein direkter Ansprechpartner. „Unser Komplettservice wird von den Kindergartenleitungen sowie den Kindergärtnerinnen gleichermaßen geschätzt, weil wir ihnen eben nicht einen Teil unserer Arbeit aufbürden. Das spricht sich herum und kommt uns zugute“, erzählt D. Hänisch.

Erfreut zeigt sich der Unternehmer auch darüber, daß seine Fotografen in diesem Jahr bereits alle Abi-Bälle und alle Abschlußfeiern der 10. Realschulklassen in Bernburg fotografieren konnten. Den Zuspruch schreibt D. Hänisch „unserer bewährten Vorgehensweise und der Qualität unserer Bilder“ zu. Am Veranstaltungsort werden die Schüler in einem eigens errichteten Studio allein, zusammen mit den Eltern und im Kreise von Mitschülern aufgenommen. Wieder erfolgt die freie Bildbestellung durch Auswahl am Monitor. Die Kunden bezahlen die bestellten Bilder sofort und holen sie einige Tage später im Geschäft der Bernburger ab. „Dank des ‚mobilen‘ Studios können wir gestaltete, professionelle Aufnahmen machen. Zugleich verhindern wir dadurch das Mitfotografieren der Amateure, das sich sonst nur schwerlich unterbinden läßt“, begründet Dietmar Hänisch den Aufwand. Fotografisch aktiv sind die Bernburger darüber hinaus auch bei Reitturnieren, die in der Umgebung stattfinden. Mit einem Kleinbus vor Ort, wählen die Reiter die Aufnahmen, die sie beim Springen zeigen, am Monitor aus. Die bestellten und vorab bezahlten Bilder bekommen die Kunden per Post zugestellt. Alternativ ist das Abholen in einem der beiden Geschäfte möglich. Wegen der unvermeidbar hohen Staubbelastung werden die Bilder nicht gleich am Turnierplatz produziert. Den Umsatzschwerpunkt des Unternehmens bildet mit 75 Prozent das „klassische“ Studiogeschäft mit Hochzeitsfotos, Einzelportraits, Freundschafts- und Familienbildern, Kinder-, Tier-, Paß- und Bewerbungsfotos sowie mit Erotikbildern.

Mit knapp fünf Prozent einen nicht unbeträchtlichen Umsatzanteil verzeichnet D. Hänisch bei der elektronischen Bildbearbeitung.

„Die Zahl der Kunden nimmt zu, die mit alten Fotos zu uns kommen und Montagen sowie das ‚Restaurieren‘ der Vorlagen nachfragen“, freut sich der Unternehmer, „denn mit diesen Dienstleistungen stehen wir nicht im Preiswettbewerb, sie festigen aber sehr wohl unseren Ruf als kompetenter Anbieter.“

Von der Alltagshektik lösen

Daß Dietmar Hänisch in seiner zwölfjährigen Außendiensttätigkeit quer durch Deutschland viele Fotostudios gesehen und dabei viele Anregungen fürs eigene Geschäftskonzept bekommen hat, ist unverkennbar. Unter anderem daran, wie die Bernburger und ihre Ascherslebener Kollegen die Frage nach dem Bildpreis beantworten, die ihnen immer wieder mal gestellt wird. Als erstes legen sie dem Fragenden eine Mustertafel mit Bildern aller Formate von 10x15 cm bis 20x30 cm vor, die aber keine Preisangaben enthält. „Den Preis“, erfährt das Gegenüber, „bestimmen Sie“, um dann die Angebotsvarianten erklärt zu bekommen. Mit den Details nennt der Fotograf auch den jeweils formatabhängigen Einzelpreis, jedoch ohne den Preis besonders zu betonen. Vielmehr lenkt man das Interesse des Fragenden auf Besonderheiten – zum Beispiel auf 18x24-cm-Bilder. „Ein schönes Format“, meint Dietmar Hänisch, „das viele Fotografen gar nicht mehr anbieten, obwohl es dafür



Ganz groß: Beratungsecke und Präsentationsinsel in einem. Mittels Beamer bekommt der Kunde die Aufnahmen, die soeben von ihm gemacht worden sind, auf einer sechs Quadratmeter großen Projektionsfläche zu sehen.



Für makellostes Make-up: der Schminkraum in der Nähe des Studios.



„So können Ihre Hochzeitsbilder aussehen.“: Muster, mit denen man Bildprodukte bewirbt.

noch Rahmen gibt.“ Für ein 13x18 cm Portraitprint verlangt man 10,70 Euro. Dazu kommt die Aufnahmegebühr, die mit zehn Euro pro halbe Stunde Aufnahmezeit recht zivil ausfällt. „Preis und Leistung sind wie Waagschalen. Als Anbieter muß ich den Preis so leicht darstellen, daß die Leistung gewichtiger erscheint. Das läßt sich am besten emotional erreichen, denn gekauft wird aus dem Bauch heraus“, sagt D. Hänisch und ergänzt: „Nicht nur, wenn es um Bilder geht.“ Gut investiert ist nach Ansicht des Unternehmers auch die Zeit, die man für eine überzeugende Vorberatung aufwendet. In dem Gespräch erfährt

der Fotograf, was dem Kunden gefällt, worauf der Kunde Wert legt. Im Gegenzug erläutert der Fotograf die verschiedenen Aufnahme- und Ausarbeitungsvarianten sowie die Arbeitsweise. So entsteht eine erste Beziehung zwischen dem Kunden und dem Fotografen, was später bei den Aufnahmen von Vorteil ist. Bei allen Kundenkontakten arbeitet man mit aktuellen, makellosen und allzeit griffbereiten Mustern, denn „erklären kann man nur mit Bildern, die man auch verkaufen möchte“.

„Gestaltete Wandbilder kommen bei den Kunden sehr gut an – und wir müssen keine Standardprints für kleines Geld verramschen.“

Durchgängig kunden- wie nutzenorientiert, schenkt der Unternehmer auch bei der Auftragsabwicklung jedem Detail Beachtung. Deutlich wird das unter anderem daran, daß man jedem Kunden vor dem Fotografieren ein wenig Zeit läßt, um sich von der Alltagshektik zu lösen. Besonders wichtig ist das vor Erotikaufnahmen, zu denen die Kundinnen mit einer mehr oder weniger starken Anspannung kommen. Eine kurze Plauderei mit der Fotografin oder dem Fotografen „bricht das Eis“, wirkt aber auch bei anderen Portraitkunden Wunder. Beispielsweise bei dem jungen Mann, den die Freundin

zum Fototermin überredet hat, der ihrem Wunsch aber eher „lustlos“ nachkommt. Unverhohlen spiegelt sein Gesicht seine Gemütslage wider. Bevor die Fotografin den Auslöser drücken kann, muß sie den Kunden erst „lockern“, sonst werden die Bilder nicht gut.

Kein Bild ohne Rahmen

Speziell auf ihre Kundschaft abgestimmt haben die Bernburger ihr Albensortiment. Eine sehr große Auswahl bietet man bei den Hochzeitsalben, die auch am häufigsten über Tresen gehen. Den zweiten Platz im Alben-Ranking nehmen neutrale Alben ein, die mit Erotikbildern bestückt werden. Darüber hinaus hält sich die Nachfrage nach Fotoalben sehr in Grenzen. Bei den Bernburgern gehen nur höherwertige Rahmen und zwar hauptsächlich zusammen mit Bildern. „Preiswerte Alben, die als Mitnahmeartikel vielerorts rausgestellt werden, können Drogerie- und Baumärkte besser und billiger vermarkten als wir. Die Massenanbieter verkaufen zum Beispiel ein Flip-Album für 99 Cent. Wir müßten schon im Einkauf 1,99 Euro dafür zahlen. Selbst wenn wir es zu dem Preis anbieten würden, wäre es über 100 Prozent teurer. Wegen einer Differenz von nur einem Euro liefen wir Gefahr, von den Kunden insgesamt als ‚teuer‘ eingestuft zu werden“, erklärt Dietmar Hänisch. Vielmehr verfolgt der Unternehmer eine lukrativere Idee. Exklusiv bei Kinder- oder Erotikserien Bilder im Format 15x15 cm und 20x20 cm zusammen mit dazu passenden quadratischen Alben anzubieten. „Das sieht edel aus und hat dann einen eigenen Preis. Obendrein unterscheiden wir uns durch hauseigene Formate und Präsentationsmittel noch deutlicher vom Wettbewerb“, verrät der ostdeutsche Unternehmer.





Um das Drei- bis Vierfache über dem Albenabsatz rangiert der Rahmenverkauf. Nach eigenen Angaben bietet man im Einzugsgebiet das wohl umfangreichste Leistungsangebot – mit Produkten in allen Preisklassen. Die preiswerten Rahmen werden meistens zusammen mit Bildern verkauft. Gleichwohl bieten die Bernburger auch günstige Rahmen als Mitnahmeartikel in Rollcontainern vorm Geschäft an. Doch im Gegensatz zum Vorjahr ist das Interesse der Laufkundschaft speziell an diesen Artikeln in diesem Jahr deutlich geringer. Entweder, mutmaßt der Unternehmer, sei der regionale Markt gesättigt oder die Konsumenten gäben weniger Geld als noch 2005 aus.

Gerade die Leisten liegen D. Hänisch sehr am Herzen. „Was für das ‚i‘ der Punkt, das ist für ein schönes Bild der passende Rahmen. Er macht das Bild erst perfekt“, schwärmt der Unternehmer. Bild und

Rahmen ergänzen sich nicht nur optisch gut, sie erleichtern auch den gegenseitigen Abverkauf: Kein Rahmen ohne Bild – kein Bild ohne Rahmen. Die Erkenntnis nutzen die Bernburger, um mehr Großvergrößerungen zu verkaufen. Bei der Bildauswahl erklärt man dem Kunden: „Einen Bilderrahmen der Serie ‚Sonndso‘ im Werte von zehn Euro bekommen Sie von uns geschenkt, wenn Sie zu den schon ausgesuchten Bildern ein 30x40-cm-Bild nehmen.“ Entscheidet sich der Kunde positiv, kann er das Bild fertig gerahmt mit dieser Leiste erhalten oder jeden anderen, auch höherwertigen Rahmen wählen, dessen Preis um zehn Euro ermäßigt wird. Alternativ bekommen Kunden ab einem fixierten Auftragswert einen gleichlautenden Rahmengutschein, den sie jederzeit, auch zu einem späteren Zeitpunkt, in einem der Studios einlösen können.

Aufwendig: Das 20 m² große Hochzeits-„Séparée“ stimmt Brautleute stilvoll aufs Fotoerlebnis ein, wie die Bilder auf dieser Doppelseite eindrucksvoll belegen.



Wird von der weiblichen Kundschaft sehr geschätzt: der separate Umkleideraum.



Kommt bei den Kunden gut an: das große gestaltete Wandbild.





Wird verteilt:
Werbung für Kinderbilder.

Auch mit Licht

Überhaupt zeigt man viel Kreativität, wenn es darum geht, große Bilder an den Mann und die Frau zu bringen. Gut kommen bei der Kundenschaft „gestaltete Wandbilder“ an, die mehrere Motive in unterschiedlichen Größen zu einer Ansicht vereinen. Primär werden dabei Studioaufnahmen

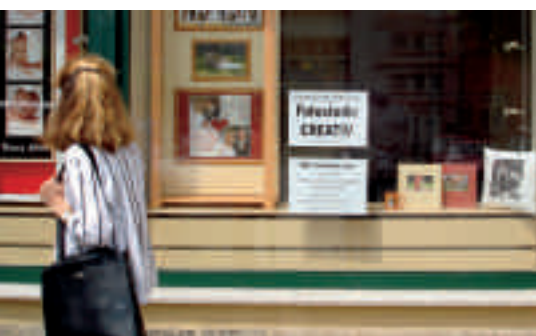
aus Bildstrecken kombiniert. Doch immer öfter kreieren die Bernburger solche Großvergrößerungen auch mit kunden-eigenem Bildmaterial. So veranstalteten D. Hänisch und sein Team schon mehrere VHS-Grundkurse zur digitalen Fotografie. Das überwiegend reifere Publikum ist so begeistert, daß es schon nach Folgekursen fragt. „Von diesen und anderen Fotoamateuren bekommen wir Bilddaten zum Ausarbeiten großer, vor allem aber gestalteter Wandbilder. Die kommen bei den Kunden sehr gut an, und wir müssen keine Standardprints für kleines Geld veramschen. Obendrein stärken die Lehrgänge wie die Großbilder unsere Kompetenz und unsere Bekanntheit“, erzählt der Unternehmer.

Verkaufsfördernd wirkt sich eine weitere Option der Bernburger aus. Auf Wunsch versehen sie Wandbilder rückseitig mit einer Lichtquelle. Mit dem Effekt, daß ein zarter Lichtschein den Rahmen umfließt, was den Blick des Betrachters gezielt auf das „Exponat“ lenkt. Zudem verbreitet das indirekte Licht eine angenehme Raum-atmosphäre. Zunutze machen sich die Bernburger auch, daß die Farben und Formen moderner Leisten schneller als einst wechseln. „Ähnlich den Kollektionswechseln bei der Mode bewerben wir unsere Frühjahrs- und Herbst-Rahmenkollektionen, denn uns ist irgendwann aufgefallen, daß etliche unserer Großbildkunden trendartig Rahmenwechsel vornehmen. Neben dem Verkaufsraum mit seinen vielen Bild-mustern nutzt man vor allem die Schaufenster zur Leistungsschau. Alle zwei Wochen werden die Auslagen gewechselt. Jedes-mal präsentiert man geschlossen ein Por-traitthema in Variationen, wobei saisonale Schwerpunkte natürlich berücksichtigt werden. Was beispielsweise im Frühjahr die Hochzeit, das sind vor Weihnachten Akt und Familie. Übers Jahr verteilt kommt kein Thema zu kurz, werden Bewerbungsbilder ebenso professionell und umfang-reich präsentiert wie Freundschafts-, Tier-

oder Einzelportraits. Und das nicht allein in den Schaufenstern der eigenen Ge-schäfte in Aschersleben und Bernburg. Et-wa 700 Meter vom Bernburger Hauptge-schäft entfernt hat D. Hänisch die Fenster eines leerstehenden Geschäfts gemietet, in denen das Atelier einen Querschnitt seines fotografischen Wirkens zeigt. Auch am Marktplatz in Calbe, einem 13.000 Ein-wohner zählenden Ort 12 km nördlich von Bernburg, präsentiert sich das Fotostudio CREATIV schon seit einiger Zeit in ange-mieteten Schaufenstern.

Ein Präsent mit Portrait

„Wir geben viel Geld für Werbung aus“, versichert der Unternehmer und nennt weitere Beispiele. In Wartezimmern di-verser Arztpraxen in Bernburg und im 18 km südlich gelegenen Könnern liegen gut bestückte Fotoalben aus. Wichtig sei, nicht nur immer wieder neue Bilder und Alben zu präsentieren, sondern auch sicherzu-stellen, daß die Muster nicht abgegriffen seien. Deshalb gelte es, die Alben regel-mäßig gegen neue auszutauschen, sonst erziele man einen gegenteiligen Effekt.



Die Schaufenster nicht verhängt, sondern zur Vorabinformation genutzt: Schon während des Umbaus zeigte die Bevölkerung großes Interesse an dem neuen Geschäft (oben). Preiswerte Präsentationsfläche: 700 Meter vom Bernburger Hauptgeschäft entfernt hat D. Hänisch die Schaufenster eines leerstehenden Geschäfts gemietet (unten).



Gibt Bilder auf die unterschiedlichsten Bedruckstoffe aus: der Epson Stylus Pro 9800.



Mustergültig: der Arbeitsplatz für Einrahmungen.



Doppelnutzen: Bilder werden in den Schaufenstern des Ascherslebener Geschäfts nach außen wie nach innen präsentiert.

Vier große Regale mit unterschiedlichen Arbeiten haben die Bernburger als ständige Ausstellung in den Sparkassenfilialen einiger kleinerer benachbarter Orte bestückt. Auf Hochzeitsbilder der umtriebigen Bernburger treffen die Gäste von drei Hotels im Umkreis von Bernburg. In der Hochschule von Strenzfeld, wenige Kilometer nördlich von Bernburg, stellt das Fotostudio CREATIV regelmäßig „freche“ erotische Bilder aus. „Dort sprechen wir ein junges Publikum an, das für Unkonventionelles offen ist. Die Bilder sorgen für Gesprächsstoff, was unsere Bekanntheit steigert“, erklärt D. Hänisch. Aus dem gleichen Grund zeigt sich das Unternehmen auf einer Hochzeitsmesse, die einmal jährlich in Aschersleben stattfindet. Außerdem macht man seit der Gründung durch Werbeflyer auf sich aufmerksam, von denen pro Jahr mehr als 10.000 Exemplare verteilt werden. Zunächst als Wurf-sendung „penetriert“, setzt man die verschiedenen „Faltblätter“, jeweils eines für ein Portraitthema, nunmehr gezielter ein. Unter anderem erhalten Kunden jeweils einen speziellen Flyer, wenn sie im Studio einen Aufnahmetermin vereinbaren. Auf der Rückseite des Vierseiters im A6-Format werden Aufnahme-datum und -uhrzeit sowie der Anzahlungsbetrag eingetragen. Zudem enthält der Merker die Telefonnummer des Studios und die freundliche Aufforderung an den Kunden, rechtzeitig einen neuen Termin zu vereinbaren, wenn sich der ursprünglich fixierte aus irgendeinem Grund nicht wahrnehmen läßt.

Selbst Paßbildmappchen nutzen die Bernburger als Werbeträger. Statt gekaufter verwenden sie selbstgemachte. Zwei 9x13-cm-Bilder, an drei Rändern Rücken an Rücken verklebt, erhalten oben mittels

„Was für das ‚i‘ der Punkt, das ist für ein schönes Bild der passende Rahmen. Er macht das Bild erst perfekt.“

Lochstanze eine halbmondförmige Aussparung, die leichtes Entnehmen der Bilder ermöglicht. Auf einer Bildseite mit Werbetext versehen, zeigt das Gegenstück ein Bildbeispiel des beworbenen Produkts. „Dank der Eigenfertigung können wir jedes Portraitthema aktuell bewerben, können wir die Mäppchen bedarfsgerecht produzieren“, zählt D. Hänisch weitere Vorteile der Eigenfabrikation auf. Kunden, mit denen die pfiffigen Sachsen-Anhaltiner 50 Euro und mehr umsetzen, bekommen als Dankeschön eine Flasche Prosecco. Das allein wäre zwar nett, aber noch nichts Besonderes. Letzteres wird es erst durch das 10x15 cm große Portraitfoto, das als „persönliches Etikett“ die Flasche ziert. Weil er mit dem Bildetikett ja auch werben will, findet sich auf dem Rand des Fotos natürlich der Studioname samt Adresse. „Diese Flasche“, ist Dietmar Hänisch sicher, „wirft kein Kunde weg.“ Die Kundenkartei, die in den letzten beiden

Jahren um jeweils 1.500 Adressen gewachsen ist, bildet unter anderem die Basis für Glückwunschkarten, die man den Kunden zum Geburtstag und zum ersten Hochzeitstag schickt. „Dadurch unterscheiden wir uns von Wettbewerbern und anderen Einzelhändlern. Wir versuchen, die Kunden über Emotionen, über das Menschliche für uns zu gewinnen und zu binden“, erklärt der Unternehmer. Zudem tritt das Unternehmen im lokalen Bereich als Sponsor auf. Ferner fotografiert man beim Ball der örtlichen Mittelstandsvereinigung und bei Treffen der Interessengemeinschaft der Modehänd-



Alle Freiflächen genutzt: Panoramabilder (o.) überm Rahmenregal.

Ansprechend ausgestellt: links die Besonderprodukte, rechts Album und Kartenmuster für Heiratswillige.

Bekommt jeder Portraitkunde mit: Auf der Rückseite des vierseitigen A6-Flyers wird der Aufnahmetermin vermerkt.





Wohnliche Atmosphäre:
Besprechungs- und Präsentationsinseln
im neuen Geschäft.



Expandiert: Am 11. August 2006 wurde das 110 m² große „Wohlfühlstudio“ am Marktplatz in Aschersleben mit viel Tamtam eröffnet.

ler. Das ist keine Veranstaltungsfotografie, „diese Einsätze dienen mehr unserem Image“. Dabei drückt der Unternehmer keinen Auslöser – „das machen unsere Fotografen“ – gleichwohl löst er viel von dem aus, was sich „in den beiden Betrieben tut“ und wie sie auftreten. Mit Begeisterung liest der Unternehmer seit Jahren Biographien erfolgreicher Zeitgenossen. Zusätzliche Anregungen holt er sich unter anderem beim Besuch bekannter Ketten wie Burger King. Mindestens einmal monatlich besucht er eine Filiale des „unmöglichen Möbelhauses“. Unumwunden gesteht D. Hänisch ein: „Ich bin Ikea-süchtig! Über die Produktqualität der Schweden läßt sich streiten, aber ihre Vermarktungsideen sind einfach gigantisch.“

Den Kunden „glücklich“ machen

Seit mehr als zwei Jahrzehnten unternehmerisch tätig, hat der ostdeutsche Unternehmer sich „stets nach vorn orientiert“, sich auch durch Schwierigkeiten nicht



Zum Beispiel: Nicht einfach aufgereiht, sondern hübsch arrangiert wird die Ware präsentiert.

entmutigen lassen. An guten Ideen mangelt es ihm wahrlich nicht. Gleichwohl hinterfragt er von Zeit zu Zeit kritisch das eigene wie das gemeinsame Tun. Anhand von Zahlen, vor allem aber durch den Austausch mit den Beschäftigten, prüft er die Wirkung der einzelnen Maßnahmen, analysiert er die Gründe für Erfolg oder Mißerfolg. Gemeinsam gebiert und diskutiert man neue Ideen, neue Angebote und legt die nächsten Etappenziele fest, damit sich das Unternehmen weiterhin positiv entwickeln kann. „Im Vergleich zum identischen Vorjahreszeitraum haben wir im ersten Halbjahr 2006 immerhin ein Umsatzplus von gut 18 Prozent erwirtschaftet“, freut sich der Firmeneigner. Nicht ohne ausdrücklich „das große Engagement jedes einzelnen Mitarbeiters“ zu loben. „Wir alle bemühen uns, jeden Kunden so zu bedienen, daß er mit unserer Leistung vollauf zufrieden und mit seinen Bildern ‚glücklich‘ ist, denn nur dann ist er überhaupt bereit, Geld auszugeben“, definiert Dietmar Hänisch „unsere Motivation“.



Fotostudio CREATIV
Steinstraße 3i / Eingang Lindenstraße
(Boulevard)
06406 Bernburg/Saale (Sachsen-Anhalt)
Tel.: 0 34 71/62 67 27
www.fotostudio-creativ.de



FUJI HUNT PHOTOCHEMIKALIEN

- › Für Standard und Schnellprozesse
- › Komplett geruchlose „Air Controlled“ RA4 Monopart Produktreihe
- › Fuji Hunt Chemie in Packungsgrößen für alle Minilab Gerätetypen
- › Innovative Chemie für Laser-Belichter

Professionelle Lösungen

- › Technische Unterstützung und Training durch Experten
- › OASIS Prozesskontrollservice
- › Detaillierte Analyse ihres Verarbeitungs -und Chemiesystems
- › Umfassender chemisch-analytischer Service

FUJI HUNT DIGITALE LÖSUNGEN

- › NEU die schnellen Profi Wide Format Inkjet Drucker der FUJIFILM/EPSON Stylus Pro Serie
- › FUJIFILM Printmedien für jeden Einsatzbereich
- › „The Green Box“, Ihr Starter-KIT für perfekte Inkjet Ausdrücke
- › RIP Software um Ihren Workflow zu automatisieren - beschleunigen und zu vereinfachen
- › Colormanagement Hard -und Software für eine akkurate Farbwiedergabe
- › PrintHunter, ein einzigartiges System für Vergrößerungen und Posterdruck



the **imaging** specialist

FUJI HUNT
FUJIFILM

FUJI HUNT GmbH
T +49 6152 7122-0 - F +49 6152 7122-29

Opelring 5-9 - 64572 BÜTTELBORN - DEUTSCHLAND
www.fujihunt.com/europe - fhgermany@fujihunt.com

Teilansicht der
Wuppertaler akf-Zentrale.



Abb.: akf

akf leasing GmbH & Co. KG, Wuppertal

Alles, was mobil ist

Ob die Finanzierung eines Minilabgerätes oder eines Autos – neuerdings auch von Fotostudioausstattungen –, seit Jahrzehnten ist die Wuppertaler akf leasing ein ebenso bekannter wie anerkannter Leasingfinanzierer. Welche Investitionsgüter die akf auf diese Weise finanziert, und wie der Leasingnehmer die Finanzierungsentscheidung angesichts von „Basel II“ positiv beeinflussen kann, dazu äußert sich Klaus Gröppler, Vertriebsleiter Direktgeschäft und Prokurist des Objektfinanzierers.

Wodurch unterscheidet sich die akf-Gruppe von anderen Kreditgebern?

Gemessen an den Branchengrößen zählen akf bank und akf leasing zwar eher zu den mittelgroßen Finanzierern, doch zeichnen wir uns, wie man uns immer wieder von verschiedenen Seiten bestätigt, durch Schnelligkeit, Flexibilität, Seriosität und Marktnähe aus. Und wir arbeiten seit nunmehr 38 Jahren gern und für beide Seiten erfolgreich mit dem Mittelstand zusammen. Viele Wettbewerber entscheiden die Kreditvergabe im sogenannten „scoring“. Wir hingegen setzen uns mit dem Unternehmer zusammen und erarbeiten eine gangbare Lösung.

Was ist der Finanzierungsschwerpunkt der akf-Gruppe?

Wir finanzieren mobile Wirtschaftsgüter. Im Direktgeschäft mit dem Mittelstand ist das Leasing seit Jahren auf dem Vormarsch. Bei uns gibt es Leasing-Finanzierungen schon ab Investitionsgrößen von unter 10.000 Euro, ein Ausgangswert, der für andere Anbieter gar nicht in Frage kommt.

Erschwert „Basel II“ die Bonitätsprüfung der Leasingnehmer?

Pauschal betrachtet schon, denn sie ist umfangreicher als einst. Gleichwohl wäre es unredlich, „Basel II“ per se zu verteufeln. Das gilt ebenso für das Rating, das wir im Zuge von „Basel II“ entsprechend den gesetzlichen Vorgaben durchzuführen haben. „Basel II“ gibt beim Rating verbindliche Standards vor, nach denen der Kreditnehmer zu prüfen und einzustufen ist. Anhand von „Hard facts“ und „Soft facts“, also

harten und weichen Kriterien, ergibt sich ein Beurteilungsprofil, bei dem nicht die individuellen Beurteilungskriterien eines Sachbearbeiters den Ausschlag geben.

„Basel II“ verpflichtet Kreditinstitute ja dazu, jeden vergebenen Kredit, das trifft auch aufs Leasing zu, entsprechend dem Risiko durch Eigenkapital zu unterlegen. Dieses Risiko wird durch das Rating ermittelt, das wir bei jedem Kunden vornehmen müssen.

Das klingt nach Mehraufwand und Verteuerung?

Das kann, aber das muß im Einzelfall nicht so sein. Stark vereinfacht dargestellt führt „Basel II“ dazu, daß ein höheres Kreditrisiko des Kunden den Kredit, die Leasingfinanzierung wegen der höheren Eigenkapitalunterlegungen verteuert, eine gute Bonitätsbeurteilung hingegen verbilligt. Deshalb suchen wir ja den direkten Kontakt zum Kunden, deshalb besprechen unsere Firmenkundenberater die anstehende Finanzierung detailliert mit dem Kunden. Das gilt insbesondere für Neukunden, die wir zunächst nicht einschätzen können, ganz im Gegensatz zu einem Kreditnehmer, mit dem wir schon seit Jahren problemlos zusammenarbeiten. Doch die Zahl der Neugründer ist verschwindend gering. Zwar müssen wir bei jeder neuen Finanzierung auch ein neues Rating durchführen, denn letztlich hat jedes Rating, auch ein noch so gutes, nur ein Jahr lang Gültigkeit. Doch einen Fotohändler, der beispielsweise schon sein drittes Minilabgerät von uns least, können wir prinzipiell leichter beurteilen, als einen Unternehmer, den wir nicht kennen. Was aber nicht heißt,



Abb.: Schweitzer

Typisches Leasingobjekt:
volldigitales Noritsu-Minilabgerät, hier
ein Modell der neuen 35er Serie.

daß wir Neukunden generell risikoreicher bewerten als bestehende Kunden. Es ist ja ein Vorteil von „Basel II“, daß subjektive Beurteilungskriterien weit weniger Einfluß aufs Rating, und damit letztlich auf die Kreditentscheidung nehmen, als das einst durch „persönliche Beziehungen“ zum Kreditsachbearbeiter der Bank schon mal der Fall sein konnte.

Wie bereitet sich der Fotohändler, der Fotograf auf das Kreditgespräch mit Ihrem Berater sinnvollerweise vor?

In der Praxis funktioniert das meistens schon recht gut, weil die meisten Unternehmer bereits über entsprechende Krediterfahrung mit ihrer Hausbank verfügen. Die Abwicklung gestaltet sich durchweg immer gleich. Sobald der Unternehmer seine Investitionsentscheidung getroffen hat und weiß, welches Minilabgerät, welche zusätzlichen Komponenten zum Gesamtumfang gehören, nimmt er direkt oder über seinen Noritsu-Vertriebsrepräsentanten Kontakt mit uns auf. Unser regional zuständiger Firmenkundenberater vereinbart dann mit dem Unternehmer in dessen Geschäft einen Gesprächstermin, an dem manchmal auch der Noritsu-Vertriebskollege teilnimmt. Um möglichst schnell einen konkreten Leasingfinanzierungsvorschlag unterbreiten zu können, benötigen wir von dem Kunden einige Unterlagen, die er zu diesem Gespräch vorliegen haben sollte. Zu den „Hard facts“ des Ratings gehören Kennzahlen des Unternehmens, also die gültige BWA, die der Händler vorliegen hat oder die er von seinem Steuerberater bekommen kann. Bei Leasingfinanzierungen ab 50.000 Euro brauchen wir zusätzlich die **letzte Bilanz** des Unternehmens. Sie gibt Auskunft über die Eigenkapitalbasis, über Forderungen, Verbindlichkeiten und somit über den Verschuldungsgrad eines Unternehmens. Anhand der Bilanz und der aktuellen BWA läßt sich gut die Geschäftsentwicklung der letzten Monate ablesen. Zu einem Neuvertrag gehört zwingend ein **Legitimationsnachweis**. Abhängig von der Firmenform reicht dazu eine Kopie vom Personalausweis des Händlers oder – bei einer eingetragenen Firma – ein Handelsregisterauszug. Mit unserem Firmenkundenberater füllt der Unternehmer eine **Selbstauskunft** aus. Das ist ein Formular, das uns zur Schufa-Auskunft berechtigt. Ferner bitten wir den Händler bei dem Gespräch, uns eine Ermächtigung zu einer

Bankauskunft bei seiner Hausbank zu unterschreiben. Anfragen bei der Schufa wie der Hausbank sind vor der Vergabe von Firmenkrediten und Leasingfinanzierungen gängige Praxis. Zudem benötigen wir bei dem Gespräch eine **Bestellkopie oder Auftragsbestätigung**, die die einzelnen Positionen sowie den Gesamtumfang der leasingfinanzierten Investition mit Preisen benennt.

Mit Ihrer Anfrage erfährt aber auch die Hausbank von der Investitionsabsicht des Unternehmers?

Ja, aber das wirkt sich nicht nachteilig für den Firmeninhaber aus. Vielmehr raten wir ihm, seine Hausbank über unsere Anfrage zu informieren und sie um rasche Rückmeldung an uns zu bitten. Die meisten Hausbanken sind froh, wenn der Unternehmer sich zur Finanzierung eines Minilabgeräts oder ähnlicher Güter an einen spezialisierten Objektfinanzierer wendet. Denn die wenigsten Hausbanken können den Werteverlauf und die Wiederverwertungsmöglichkeiten einer solchen Investition „richtig“ einschätzen. Während uns das Laborgerät über die Grundlaufzeit hinweg in der Regel als einzige dingliche Sicherheit ausreicht, fordert eine Hausbank üblicherweise weitere Sicherheiten. Etwa eine Abtretung von Lebensversicherungen, Bausparverträgen, Wertpapieren, oder sie möchte, daß die Finanzierungssumme als Grundschuld im Grundbuch eingetragen wird. Mangels Erfahrung mit derartigen Objekten geht eine Hausbank von anderen Beleihungsgrundsätzen aus als wir. Obendrein engt der Unternehmer durch eine Finanzierung bei der Hausbank dort seinen Kreditrahmen unnötig ein. Gegenüber einem Kredit oder einer Leasingfinanzierung von der Hausbank ist unsere Leasingfinanzierung für den Unternehmer hinsichtlich der Konditionen, aber auch im Hinblick auf den Kreditrahmen deutlich günstiger. Jeder Kredit verschlechtert das Verhältnis von Eigen- zu Fremdkapital, was sich negativ aufs Rating auswirkt. Das wiederum verteuert zukünftige Kredite. Leasing beeinflusst das Verhältnis von Eigen- zu Fremdkapital nicht, da Leasingverbindlichkeiten nicht bilanziert werden.

zierung bei der Hausbank dort seinen Kreditrahmen unnötig ein. Gegenüber einem Kredit oder einer Leasingfinanzierung von der Hausbank ist unsere Leasingfinanzierung für den Unternehmer hinsichtlich der Konditionen, aber auch im Hinblick auf den Kreditrahmen deutlich günstiger. Jeder Kredit verschlechtert das Verhältnis von Eigen- zu Fremdkapital, was sich negativ aufs Rating auswirkt. Das wiederum verteuert zukünftige Kredite. Leasing beeinflusst das Verhältnis von Eigen- zu Fremdkapital nicht, da Leasingverbindlichkeiten nicht bilanziert werden.

Was fällt unter die „weichen Fakten“ und welchen Einfluß haben sie?

Eine gute Schufa-Auskunft, die positive Mitteilung der Hausbank, korrekte Kreditverläufe in der Vergangenheit zählen zu



Abb.: MEV

Hauptfinanzierungsobjekt der akf leasing: Automobile, die als Geschäftswagen genutzt werden.



Abb.: ife

In der Zentrale
**Klaus Gröpper,
Prokurist und
Vertriebsleiter
Direktgeschäft der
akf bank.**



Abb.: Brifese

Wird nun schon öfter über Leasing finanziert: die Studioausstattung des Fotografen oder des Fotofachhändlers.



den sogenannten „Soft facts“. Sie ergänzen die zahlenbasierten „Hard facts“ und können die Rating-Einstufung des Kreditnehmers verbessern.

So oder so, der Händler muß sich offenbaren. Um was geht's noch im ersten Beratungsgespräch?

Neben den notwendigen Formalitäten geht es darum, den Zweck der Investition und die damit angestrebten Ziele darzulegen. Wir möchten gemeinsam mit dem Kunden eine realistische Leasingfinanzierung erarbeiten, die ihm Entwicklungsmöglichkeiten läßt und ihn wirtschaftlich nicht einengt. Deshalb ermuntern wir unsere Gesprächspartner stets zu größtmöglicher Offenheit. Gab es in der Vergangenheit einmal Probleme bei der Rückzahlung von Krediten, sollte vorbehaltlos darüber gesprochen werden, um gleich eine Finanzierung zu wählen, die Engpässe weitgehend

ausschließt. Womöglich kann der Kunde für diesen Fall eine höhere Anzahlung leisten, weil er für sein gepflegtes Gebrauchtgerät einen überdurchschnittlichen Restwert bekommt. Eventuell kann er weitere dingliche Sicherheiten einbringen. Gegebenenfalls bietet der Lieferant Hilfestellung. Es gibt meistens mehrere Möglichkeiten der Realisierung, auch ohne einseitige Risikoverteilung. Das macht den persönlichen Dialog zwischen dem Kunden und unserem Firmenkundenberater ja letztlich aus. Anders als einige Wettbewerber entscheiden wir eben nicht stur nach Aktenlage.

Wieviel Zeit vergeht vom Vor-Ort-Gespräch bis zur Finanzierungsentscheidung?

Wenn der Kunde gleich alle genannten Unterlagen bereithält, wenn uns seine Hausbank schnell antwortet, was er durch Information seiner Bank beeinflussen kann,

akf-Standorte – Direktvertrieb

akf bank und akf leasing GmbH & Co. KG

Friedrichstraße 51, 42105 Wuppertal,
Vertriebsleiter Klaus Gröppler,
Tel. 02 02/49 29-102;
k.groepper@akf.de

Vertriebsbüro Augsburg

Marienburgweg 3, 87700 Memmingen,
Wolfgang Mager,
Tel. 0 83 31/9 24 78 87;
w.mager@akf.de

Niederlassung Berlin

Groß-Berliner-Damm 73e, 12487 Berlin,
Lars Rosenthal,
Steffen Gottheit,
Tel. 0 30/6 39 58 40;
l.rosenthal@akf.de,
s.gottheit@akf.de

Vertriebsbüro Castrop-Rauxel

Am Förderturm 8, 44575 Castrop-Rauxel,
Ulrich Biniek,
Tel. 0 23 05/9 47 00;
u.biniek@akf.de

Vertriebsbüro Dresden

Am Bürgerkarree 10, 09648 Mittweida,
Thomas Fiedler,
Tel. 0 37 27/99 74 80;
t.fiedler@akf.de

Niederlassung Erfurt

Weimarisches Straße 16 a, 99099 Erfurt,
Dr. Ehrenfried Galander,
Tel. 03 61/60 28 10; e.galander@akf.de

Vertriebsbüro Erlangen

Herbstackerweg 8, 91056 Erlangen,
Thomas Dürr,
Tel. 0 91 31/9 41 00 57; t.duerr@akf.de

Vertriebsbüro Essen/Ruhr

Im Teelbruch 40, 45219 Essen/R.,
Bernd Brendle,
Tel. 0 20 54/1 04 75 79; b.brendle@akf.de

Vertriebsbüro Gladbeck

Möllerstraße 24 b, 45966 Gladbeck,
Martin Junker,
Tel. 0 20 43/37 70; m.junker@akf.de

Niederlassung Hamburg

Hans-Henny-Jahnn-Weg 35, 22085 Hamburg,
Martin Schüürmann,
Tel. 0 40/2 29 30 22;
m.schueermann@akf.de

Vertriebsbüro Hessen

Stettiner Straße 38, 65795 Hattersheim,
Harry Oster,
Tel. 0 61 90/91 73 90; h.oster@akf.de

Vertriebsbüro Kiel

Kreisauer Ring 102, 24145 Kiel,
André Franz,
Tel. 04 31/7 05 39 90; a.franz@akf.de

Vertriebsbüro Koblenz

Cusanusstraße 16, 56073 Koblenz,
Stefan Rungg,
Tel. 02 61/5 79 48 15;
s.rungg@akf.de

Vertriebsbüro Rheinland-Pfalz

Mannheimer Straße 153 – 155,
55543 Bad Kreuznach,
Michael Brüinig,
Tel. 06 71/2 98 34 22;
m.brueinig@akf.de

Vertriebsbüro Sauerland

Krähenberg 12, 59846 Sundern,
Daniel Känzler,
Tel. 0 29 35/96 56 60;
d.kaenzler@akf.de

Niederlassung Stuttgart

Vaihinger Markt 31, 70563 Stuttgart,
Carl-Friedrich Bischoff,
Tel. 07 11/73 10 75;
c.bischoff@akf.de

Vertriebsbüro Witten

Kämperfeld 14; 58456 Witten,
Thomas Drücke,
Tel. 0 23 02/97 20 27;
t.druecke@akf.de

Gebietsdirektion Mitte

Koblenzer Straße 8, 57072 Siegen,
Jochen Hageleit,
Tel. 02 71/31 34 30;
j.hageleit@akf.de

Gebietsdirektion Süd

Ottostraße 6, 85521 Ottobrunn,
Peter Dietmann,
Tel. 0 89/6 08 30 40;
p.dietmann@akf.de

Kurzportrait akf bank und akf leasing

Die in Wuppertal ansässige akf-Gruppe besteht aus der akf bank (gegründet 1968) und der akf leasing (1981), der akf servicelease (1994) und der akf segura versicherungsmakler (2001). Derzeit beschäftigt die akf-Gruppe insgesamt 189 Mitarbeiter. Gründer und größter Gesellschafter ist der 1883 gegründete Vorwerk-Familienkonzern (Vorwerk & Co. KG) mit einem Anteil von 90,05 Prozent. Anteilseigner ist seit 2004 mit einem Anteil von 9,95 Prozent das zur Oetker-Gruppe gehörende Bankhaus Lampe KG. Geschäftsführer der akf-Gruppe sind Martin Mudersbach (Vorsitzender) und Willi Knöpfel. Nach eigenen Angaben betrug das originäre Neu-

geschäft der akf bank 2005 gut 194 Mio. Euro. Das der akf leasing erreichte im gleichen Zeitraum ein Volumen von 216 Mio. Euro. Somit belief sich das 2005er Neugeschäft der akf-Gruppe auf insgesamt 410 Mio. Euro. Das anhaltend größte Geschäftsvolumen der akf-Gruppe bildet die Finanzierung von Kraftfahrzeugen, die als Geschäftswagen genutzt werden. Eigenen Angaben zufolge beträgt der Anteil der Fahrzeugfinanzierungen etwa 75 Prozent. Der deutlich kleinere Anteil entfällt auf Ausrüstungsinvestitionen, wozu unter anderem Büromaschinen und Computer, aber auch Minilabgeräte und Studioausrüstungen gehören. Auf Wunsch läßt sich

auch das Wohnmobil und/oder die Yacht des Unternehmers mittels Leasing finanzieren. Seit Jahren nimmt die akf leasing als Aussteller regelmäßig an der Internationalen Automobilausstellung „IAA“ in Frankfurt, an der „boot“ und am „Caravan Salon“ in Düsseldorf teil. Auf der photokina sind die Firmenkundenberater der akf leasing auf dem Noritsu-Stand anzutreffen. Schließlich arbeiten die Wuppertaler und die Willicher bereits seit 1982/1983 erfolgreich zusammen. Bundesweit ist die akf-Gruppe an 19 Orten und Regionen mit Niederlassungen, Vertriebsdirektionen und Verkaufsbüros (**s. Tabelle oben**) vertreten.



Abb.: MEV

Bürokommunikation und EDV-Equipment: Wegen des schnellen technischen Wandels wird bei solchen Objekten vielfach ein kündbarer Leasingvertrag geschlossen.

dann bekommt der Kunde von uns innerhalb einer Woche eine verbindliche Antwort. Bei Verzögerungen, bei Fragen zur Vertragsgestaltung und Abwicklung, stets sollte sich der Kunde an unseren regionalen Firmenkundenberater wenden, der sich umgekehrt unsererseits an ihn wendet. Das gilt ebenso für alle Fragen, die sich dem Kunden während der Vertragslaufzeit stellen. Unser Firmenkundenberater ist das Bindeglied zwischen dem Kunden und der akf-Zentrale in Wuppertal.

Wann lohnt sich der Abschluß eines Full-Service-Leasingvertrages?

Vor allem bei Produktionsgeräten, wie etwa dem Minilabgerät, ist diese Variante sinnvoll. Die Leasingrate ist zwar höher als ohne das integrierte Servicepaket, aber dafür besitzt der Leasingnehmer eine glasklare Kalkulationsbasis, und er geht auf Nummer sicher. Überraschungen durch hohe Servicekosten sind ausgeschlossen.

Wie versichert der Leasingnehmer das Leasinggut?

Für das Minilabgerät, für Geräte der Bürokommunikation ist der nachweisliche Abschluß einer Elektronik-Versicherung zwingend erforderlich. Sie gewährt weitreichenden Schutz. Der Kunde kann sie bei einem Versicherer seiner Wahl ab-

schließen oder bei einer Assekurranz, mit der wir seit Jahren gut zusammenarbeiten. Die meisten unserer Minilab-Leasingkunden schließen die Elektronik-Versicherung über uns ab. Das ist für den einzelnen Leasingnehmer bequem, sicher und nicht teurer als der Schutz durch einen selbstgewählten Versicherer.

Welche Objekte finanzieren Sie Fotohändlern und Fotografen noch mittels Leasing?

Den Schwerpunkt unseres Leasinggeschäfts bilden Kraftfahrzeuge. Durch Großabnehmerabkommen mit vielen namhaften Autoherstellern können wir jedem Kunden sein Wunschmodell zu sehr attraktiven Konditionen besorgen. Zumeist auf Basis eines Kilometervertrages verleast, gibt der Unternehmer den Geschäftswagen nach zwei oder drei Jahren zurück. Er braucht sich um die Verwertung des Gebrauchten nicht zu kümmern und least – meistens – ein neues Modell.

Seit Wegfall des Meisterzwanges investieren Fotohändler verstärkt in die Paßbild- und Studiofotografie. Wir ermöglichen natürlich auch die Leasingfinanzierung von Studioequipment, von der Kamera bis zur Blitzanlage, eben alles was mobil ist. Gleiches trifft auf Geräte der Bürokommunikation zu. Dazu gehören

- 1) Der Unternehmer bestellt beim Geräte-lieferanten das Minilabgerät.
- 2) Unternehmer und Leasinggeber schließen den Leasingvertrag.
- 3) Der Leasinggeber tritt in die Bestellung des Unternehmers/Leasingnehmers an den Lieferanten ein.
- 4) Der Lieferant installiert das Minilabgerät beim Leasingnehmer und
- 5) stellt das Gerät dem Leasinggeber in Rechnung.
- 6) Mit der Abnahmebestätigung quittiert der Leasingnehmer die korrekte Lieferung des Minilabgerätes und veranlaßt
- 7) den Leasinggeber zur Zahlung des Kaufpreises an den Gerätelieferanten.



Grafik: akf

beispielsweise Computer und die Hardwareperipherie, aber auch elektronische Kassensysteme. Solche Objekte, die vergleichsweise schnell veralten und durch neuere ersetzt werden müssen, finanzieren wir meistens über einen kündbaren Leasingvertrag, was dem Unternehmer hilft, stets mit aktueller Technik arbeiten zu können, ohne an alte noch gebunden zu sein.

Welche Vorteile genießt der Unternehmer, der mehrere Objekte über die akf leasing finanziert.

Er, aber ebenso wir, haben nur einen Ansprech- und Vertragspartner. Man kennt sich, es besteht ein Vertrauensverhältnis, was die gesamte Abwicklung weiterer Leasingverträge vereinfacht. Andernfalls durchläuft jeder neue Vertrag die gesamte Vergabeprozedur. Wie jeder gute Kaufmann legen auch wir großen Wert auf Kundenbindung. Wir vergeben zwar keine Rabatte, die nach Anzahl der Abschlüsse gestaffelt sind, gleichwohl berücksichtigen wir schon, ob ein Kunde einen oder mehrere Verträge mit uns abgeschlossen hat, und bieten ihm jeweils Finanzierungen zu höchst attraktiven Konditionen an.

Was ist am Ende der Leasingzeit zu beachten?

Wir wenden uns rechtzeitig vorm Auslaufen der Grundvertragsdauer von uns aus an den Kunden. Dennoch empfehle ich Kunden, drei Monate vor Ablauf Kontakt mit unserem Firmenkundenberater vor Ort aufzunehmen. Je nach Leasingvertrag kann der Kunde entscheiden, ob er das vorhandene Gerät noch weiter leasen, ob er es erwerben oder gegen ein aktuelles tauschen möchte. Die Dreimonatsfrist reicht aus, um alle möglichen Optionen in Ruhe zu prüfen und letztlich umzusetzen.

Werden am Markt noch unseriöse Leasingangebote plaziert?

Bei der Finanzierung von Minilabgeräten ist mir davon nichts bekannt. Der Bereich ist auch zu speziell. Bei Fahrzeugen und der Bürokommunikation ist die Gefahr für Leasingnehmer schon größer, mal an die sprichwörtlich falsche Adresse zu geraten. Es gibt 1.800 Leasinggesellschaften am Markt. Die Branchengrößen sowie viele seriöse Institute sind Mitglied im „Bundesverband deutscher Leasing-Unternehmen“.

Wie wird sich das Leasing, vor allem im Mittelstand, weiter entwickeln?

Wegen der Vorteile, die eine Leasingfinanzierung vielfach bietet (s. Tab. rechts; d. Red.), findet diese Finanzierungsform immer mehr Zuspruch. Gerade die kleinen

Definition: Leasing gilt als zeitlich begrenzte Nutzungsüberlassung eines (mobilen) Investitionsgutes gegen ein definiertes Entgelt.

Im Mobilienleasing geht es hauptsächlich um fungible Güter, also solche, die gute Weiterverwertbarkeitseigenschaften besitzen.

Grundvertragsdauer: Nicht nur beim Minilabgerät orientiert sich die Nutzungsdauer durchweg an der Abschreibungszeit – in diesem Fall von 5 Jahren beziehungsweise 60 Monaten. Da die Grundmietzeit zwischen 40 und maximal 90 Prozent der „betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer“ (AfA-Zeit) betragen darf, kann die Grundvertragsdauer bei Minilab-Leasingverträgen auf mindestens 24 bis maximal 54 Monate frei festgesetzt werden.

Vertragsarten: Beim **Teilmortisationsvertrag** (TA) decken die Leasingraten, die während der Grundvertragsdauer gezahlt werden, nicht die vollen Anschaffungs- und sonstigen Kosten des Leasinggebers. Der verbleibende Restwert wird nach Ablauf der Grundmietzeit durch Vertragsverlängerung oder durch den Verkauf des Leasingobjektes an den Leasingnehmer oder Dritte realisiert. Der Leasinggeber hat ein Andienungsrecht, von dem er Gebrauch machen kann, aber nicht muß. Sofern der Leasinggeber es nutzt, ist der Leasingnehmer verpflichtet, das Leasinggut zu dem Restwert zu kaufen, der schon bei Vertragsabschluß vereinbart worden ist. Alternativ kann der Leasingnehmer einen Verlängerungsvertrag mit dem Leasinggeber abschließen.

Beim Minilabgeräteleasing dominieren **Vollamortisationsverträge** (VA). Die Leasingzahlungen während der Grundmietzeit decken alle Kosten und beinhalten den Gewinn des Leasinggebers. Während der Grundvertragsdauer ist der Vertrag von keiner Seite kündbar. Eine Ausnahme bilden die sogenannten „kündbaren Leasingverträge“, die bei EDV und Bürokommunikation technische Aktualität sichern. Am günstigsten ist der Finanzierungseffekt bei einer Laufzeit von 54 Monaten (90% der AfA-Zeit). Zum

Vertragsende kann dem Leasingnehmer eine Kaufoption eingeräumt werden. Der Kaufpreis muß dem „AfA“-Restwert oder dem erzielbaren Marktpreis entsprechen. Der Leasingnehmer kann aber auch eine Vertragsverlängerung wählen, wobei sich die neue, deutlich niedrigere Leasingrate am Restbuchwert des Gerätes orientiert. Möglich ist ferner die Rückgabe des Geräts an den Leasinggeber.

Zahlungsweise: Üblicherweise werden die monatlichen Leasingraten jeweils zum 1. oder 15. eines Monats durch Lastschrift-einzug bei der Bank des Leasingnehmers erhoben. Der Abbuchungstermin wird bei Vertragsabschluß mit dem Leasingnehmer vereinbart.

Vorteile der Minilab-Leasingfinanzierung:

- Der Leasingnehmer bindet kein eigenes Kapital. Vielmehr kann er seine freien Mittel anderweitig einsetzen oder auch seine Liquidität „schonen“.
- Das Minilabgerät wird beim Leasinggeber bilanziert, dadurch bleiben dem Leasingnehmer bestehende Kreditspielräume (bei seiner Hausbank) erhalten.
- Nach dem Leasing-Motto „Pay as you earn“ – „Zahle wie Du verdienst“ – werden die monatlichen Leasingraten aus den laufenden Erträgen des Unternehmens erwirtschaftet.
- Gleiche Leasingraten während der Grundvertragsdauer bilden eine klare Kalkulationsgrundlage, auch und erst recht beim „Full Service Leasing“.
- Leasingraten können als Betriebsausgaben sofort steuerlich geltend gemacht werden.
- Beim Leasingnehmer fallen keine investitionsbezogenen Steuern an.
- Anders als die Kreditfinanzierung ist die Leasingfinanzierung gewerbesteuerfrei.
- Da Leasingverbindlichkeiten nicht bilanziert werden, verschlechtern sie auch nicht das Verhältnis von Eigenkapital zu Fremdkapital. Das ist beim Kredit anders und führt im Zuge von „Basel II“ zur Verschlechterung des Ratings.

und mittleren inhabergeführten Einzelhandelsgeschäfte und Handwerksbetriebe sind solide und zuverlässig. Die Eigner sind mit ihrem Unternehmen eng verbunden. Wir haben seit fast vier Jahrzehnten nur gute Erfahrungen mit dem Mittelstand gesammelt. Und mit Blick auf unsere Stammkunden kann ich davon ausgehen, daß auch die Mittelständler mit uns sehr zufrieden sind. Diese langjährige Partnerschaft zahlt sich für beide Seiten aus.

Neu zur photokina: variantenreiche QSS-35er-Geräteserie

Für jeden das Passende

Auf der diesjährigen photokina stellt Noritsu unter anderem die neue QSS-3501/02-Serie vor. Noch keine Modellreihe des japanischen Laborgeräteherstellers bot so viele Varianten wie diese. Das gilt für Ausstattungsoptionen, Aufstellmöglichkeiten, die Belichtungstechnik, das Naßteil. Die Nachfolgerinnen der bewährten QSS-3300 haben eine Nennleistung von 600 bis 1.082 Bilder pro Stunde im Format 9x13 cm und von 600 bis 1.006 im Format 15x10/10x15 cm, und zwar von Bilddaten wie von Filmmaterial. Noritsu-Techniker Rüdiger Doll erläutert die verschiedenen Varianten.

Äußerlich unterscheiden sich die Geräte der 35er Serien nur in Details voneinander. Auffallendstes Unterscheidungsmerkmal ist die Bildablage. Während beim QSS-3501/02 Sortertabletts die Prints aufnehmen, befindet sich am Trocknerauslauf des QSS-3501i statt dessen ein Ablageband mit sensorgesteuertem Vorlauf, das Bilderstapel mit jeweils bis zu 50 Fotos aufnimmt. Deutlich umfangreicher sind die Unterschiede unter den Gehäusen.

Ganz so, wie man's braucht
Bei den neuen 35er Modellen handelt es sich ausschließlich um voll-digitale Ausarbeitungsgeräte. Die Modelle QSS-3501/02 sind mit einer Lasereinheit ausgestattet. Dabei „belichten“ die drei Laser der Farben Rot, Grün und Blau „einzeln“ das Fotopapier. Das funktioniert äußerst präzise und schnell zugleich. Die Belichtungsgeschwindigkeit der neuen 35er Lasermodelle beträgt 58,42 mm pro Sekunde. Das QSS-3501i hingegen verwendet dazu eine sogenannte „iBeam“-Einheit mit „Vacuum Fluorescent Print Head“ (VFP), die vereinfacht dargestellt modi-

fizierter VFP-Technik ähnelt. Die Belichtungsgeschwindigkeit des VFPH beträgt 27,94 mm. Die Druckauflösung der Lasereinheit gibt Noritsu einheitlich über alle Formate mit 300 dpi (in der Breite) mal 600 dpi (Schrittlänge) an. Bei der iBeam-Einheit beträgt die Printauflösung 300 mal 300 dpi. In beiden Fällen, versichert Rüdiger Doll, reiche sie für eine fototechnisch ausgezeichnete Wiedergabe der Bilder aus und zwar über alle Formate, die sich mit den verschiedenen 35ern ausarbeiten lassen.

Weitere 35er Varianten gibt es bei der Papierentwicklung. An sich herstellerungebunden, werden Noritsu-Minilabs in Deutschland und Europa seit jeher überwiegend mit RA4-kompatibler Flüssigchemie betrieben. So auch die Modelle 3501/02, die es aber auch in Ecojet-Ausführung gibt. Statt flüssiger kommt dabei „trockene“ Fotochemie in Form von Tabletten zum Einsatz, die sich in Kartuschen befindet (s. Bericht S. 28). Durch einen erkerförmigen Vorsprung am Prosierer leicht zu identifizieren – dort werden die drei Tetanal-Tablettenchemiekassetten eingesetzt –, tragen diese 35er Geräte noch



GF und Vertrieb
Abb.: NDG
Michio Fujimoto,
Geschäftsführer und
Vertriebschef der
Noritsu (Deutschland)
GmbH in Willich.

Nachfolger des bewährten QSS-3300: beispielsweise das QSS-3501 mit S-4-Film-scanner aus Noritus neuer 35er Serie.



Alle Geräteabb.: Schweitzer

die Zusatzbezeichnung „J“. Die „iBeam“-Ausführung gibt es nur als QSS-3501 mit dem Anhängsel „i“. Gleichwohl kann der Betreiber auch dabei zwischen zwei Chemievarianten wählen. So gibt es die 3501i wahlweise für den RA-4-Prozeß oder mit dem „schnellen“ CP-49E-Prozeß von Fujifilm. „Wahlweise“, verdeutlicht R. Doll, „heißt in diesem Fall ‚entweder – oder‘, nicht ‚sowohl – als auch‘, denn die Prosser unterscheiden sich im Innern deutlich voneinander.“

Damit ist die Variabilität der 35er Gerätefamilie aber keineswegs erschöpft. Für Betreiber, die ausschließlich digitale Bild- und Fotopapier „belichten“, gibt es die Geräte ohne Film-scanner. Mit dem komfortablen MD-Laufwerksblock versehen, den viele Betreiber schon vom CT-2MD zu schätzen wissen, nehmen die 35er digitale Bild- und Speichermedien zum Ausarbeiten von Fotos und/oder zur Datensicherung auf Datenträger auf. Fürs Ausarbeiten entwickelter Filme bietet Noritsu die 35er Modelle alternativ mit S1-II- oder S-4-Film-scanner an. Als preiswertes Einstiegsmodell wird die 35er iBeam-Variante serienmäßig mit dem S1-II-Scanner bestückt. Der liest Kleinbild- und APS-Material – Color- und S/W-Negative sowie ungerahmte Dias, auch als Einzelnegative – ein und ist preiswerter als der leistungsfähigere S-4. Der wiederum kann – mit optionalen Bühnen versehen – zusätzlich auch Rollfilmmaterial sowie gerahmte KB-, APS- und Rollfilm-Dias scannen. Standardmäßig ist der S-4 mit der automatisch arbeitenden 135-/240-AFC-II-Bühne ausgestattet. Als aufpreispflichtiges Zubehör gibt es die automatisch arbeitende 120 AFC-II für 4,5x6-cm-, 6x6-cm-, 6x7-cm-, 6x8-cm- und 6x9-cm-Rollfilme, die auch Einzelnegative aufnehmen kann. Fürs Scannen von Pocketnegativen – mindestens 3er Streifen – offeriert Noritsu die 110-AFC-II-Bühne. Zum Einlesen von gerahmten 135er/240er Dias und Negativen gibt es jeweils eine automatisch (135/240 AMC-II) und manuell arbeitende (135/240 MMC-II) Filmbühne. Die „II“ am Ende des Bühnennamens steht für einen Bühnentyp, den Noritsu mit den 32er Modellen eingeführt hat. Gleichnamige Bühnen des Typs I, die am QSS-3000 zum Einsatz kamen, lassen sich am S-4 nicht ansetzen. Beide Scanner verwenden als Lichtquelle langlebige LEDs (Licht emittierende Dioden), so daß der regelmäßige Wechsel der einst verwendeten Halogenlichtlampe entfällt.

Zur Geschäftsöffnung startbereit

„Digital Ice“ gehört bei beiden Scannern zur Standardausstattung, „Digital Masking“ hingegen nur beim S-4. Für den S1-II ist es jedoch optional zu haben. Zusammen mit „Digital Ice“ kann „Digital Masking“ beidseitig tieferegehende Film-beschädigungen selbsttätig erkennen und korrigieren. Behoben werden Fehler, die –

schichtseitig – bis in die zweite Farbschicht des Filmmaterials reichen. Neu in beiden Scanner ist „Super grain compression“ (SGC). Es verringert Korneinflüsse, ohne Randschärfeverlust. Zudem führen die Scanner automatisch eine erweiterte Kontrastkorrektur (AC II) durch. Neu ist ebenfalls die Funktion „Dust detection“ (DD). Sobald sich Staub oder ähnliches im

Lichtweg befindet, bekommt der Operator einen entsprechenden Warnhinweis und sollte das Filmmaterial, den Bühnenausschnitt, die Lichtquelle und das Objektiv kontrollieren und reinigen. Nicht neu, aber ebenfalls ein bildverbesserndes Hilfsmittel ist die softwaregesteuerte Funktion mit der Bezeichnung „Lens Aberration“. Auch sie gehört zur Grundausstattung beider Scanner, ist zu- und abschaltbar.

Im Zusammenwirken mit einem Epson-Flachbettscanner, der beim iBeam-Modell wegen der Uniformity zur Standardausstattung gehört, bei den anderen 35ern optional erhältlich ist, können den Geräten der neuen Serie auch Aufsichtvorlagen als Eingabemedien dienen. Sicherergestellt ist auch die „Zusammenarbeit“ der 35er mit CT-2-/CT-2MD- und mit dem neuen CT-SL-Kundenterminal sowie mit einem Front-End-PC oder anderen externen Rechnern, die mit der Noritsu-Software „Kids“ versehen und über ein Netzwerk mit einem 35er verbunden sind.

Um die Wahl-35er unterschiedlichen Aufstellgegebenheiten der Installationsorte besser anpassen zu können, lassen sich der Monitor, die MD-Laufwerkseinheit, Tastatur, Maus, und der Film-scanner jederzeit leicht anders positionieren als üblich. Nach Umsetzen um 90° nach links bedient der Operator das Gerät dann nicht wie üblich von der Breitseite, sondern von der (linken) Stirnseite aus. Damit alle Kom-



Spezialist

Abb.: Foto Wickrath, Neuss

Kennt die Neuen in- und auswendig: Noritsu-Techniker Rüdiger Doll.



Beide Abb.: NDG

Bekannt: das Startmenü der jüngsten voll-digitalen 35er (oben).

Neu: das „Easy“-Startmenü kann alternativ aufgerufen werden (unten).



Von der Stirnseite aus: „Touch screen“-Monitor, S1-II-Filmscanner, MD-Kartenblock, Tastaturen und Maus können um 90 Grad versetzt angeordnet werden. Vor Kopf ist gut der angeschraubte Erweiterungs-tisch zu sehen.

ponenten auf der Schmalseite des Geräts Platz finden, gehört ein Erweiterungstabelleau, das mit zwei Schrauben an der Stirnseite des Gehäuses befestigt wird, zur Serienausstattung aller 35er, die mit einem Filmscanner geliefert werden. Zu den Annehmlichkeiten, die von Vorgängermodellen übernommen worden sind, gehört unter anderem die Bedienung. Statt über Maus und kleine Tastatur ist sie auch durch Berühren des 15 Zoll großen LCD-„Touch screen“-Monitors möglich. Erstmals bei Noritsu-Geräten kann der Operator zwischen der gewohnten Menüstruktur und einer noch einfacheren Bedienvariante („Easy GUI“ – s. Screenshots S. 19) wechseln. Letztere ist durch eingeschränkten Funktionsumfang zum schnellen „Abarbeiten“ von Aufträgen sinnvoll. Ausschnitte oder Bildsonderprodukte hingegen lassen sich mit ihr nicht aufrufen. Mit den 35ern zum ersten Mal geändert wurde die Position des Colorimeters, das fürs „Daily Setup“ und bei Emulsionswechseln zum Einsatz kommt. Befand es sich bislang stets vorn am Bedienpult, hat es bei den Neuen hinterm Trocknerauslauf seinen Platz. Dadurch braucht kein Teststreifen mehr manuell zugeführt zu werden, vielmehr wird ein „Daily Setup“-Print automatisch erstellt und ausgemessen, so daß ein QSS-3501/02 zur Öffnung des Geschäfts schon einsatzbereit ist. Der Operator bekommt die Meßwerte angezeigt und braucht sie lediglich zu bestäti-



Hinter einer Abdeckung an der rechten Stirnseite der 35er: die Altkemie-Ablaufhähne.

gen. Ein zusätzlicher Arbeitsschritt ist dagegen beim 3501i nötig. Zur Uniformity erstellt das 35er zwar selbstständig den Uniformity-Print, doch muß der anschließend noch vom Operator auf dem Deckglas des Flachbettscanners positioniert werden. Die so eingelesenen Daten dienen dann zum automatischen Abgleich des VFPH. Gleichwohl ist der Einsatz des Colorimeters in allen 35ern aufs „Daily Setup“ und auf Emulsionswechsel beschränkt.

Gute Serienausstattung – viel Zubehör

Zur Attraktivität der neuen 35er trägt bei, daß Noritsu sie ab Werk mit nützlichem Zubehör ausstattet, das bei der 3300-Vorgängerin nur optional zu haben war. Etwa mit einer „Compact Archive Unit“ (CAU). Sie dient der erweiterten Datenablage und speichert die Bilddaten von etwa 160 Aufträgen (135/24er). Nun gehört auch die „Order Controller“-Software zur Basisausstattung. Nicht zu vergessen die Niveauautomatik für den Verdunstungsausgleich und die bewährte Rackreinigung, die bei Geräten der deutschen Noritsu schon länger zum Lieferumfang gehören. „Die neuen 35er sind schon in der jeweiligen Grundversion mit allem ausgestattet, was zur professionellen Ausarbeitung von Bilddaten wie von Negativen notwendig ist“, sagt R. Doll. Darüber hinaus bieten die Willicher optionales Zubehör, mit dem sich die Neuen individuellen Einsatzbedingungen optimal anpassen lassen. Beispielsweise durch eine „Pricing Unit“ zur



Das Einstiegsmodell QSS-3501i wird in der Grundversion mit S1-II-Filmscanner und zur Uniformity mit Flachbettscanner (l.) geliefert. Innenansicht des QSS-3501i: Bestandteile des Printerteils sind das Papiermagazin (l.) und die Übergabeeinheit (Reverse Unit, r.), die den einbahnigen Transport der belichteten Bilder in den Prosser übernimmt.



Abb.: NDG

**Friedrich Bernhard,
Vertriebsvize und
Vertriebsrepräsentant der Willicher für
Süddeutschland.**

Preisauszeichnung von Auftrags- taschen und/oder mittels einiger Software-Optionen, etwa zum Zusammenstellen von „Package Prints“ und verschiedener Templates. Bei den Lasergeräten 3501/02 beträgt die maximale Papierbreite 210 mm, der maximale Vorschub 610 mm. Mit der 3501i kann der Betreiber – bauartbedingt durch die iBeam-Einheit – maximal 203 mm breites Papier verwenden. Die größtmögliche Schrittlänge ist mit 610 mm aber identisch. Der kürzeste Vorschub bei allen 35ern beträgt 82,5 mm. Demnach reicht das Ausarbeitungsspektrum der 35er Modelle von 9x9 cm bis 21/20x61 cm. In etwa identisch ist die Ausarbeitungsleistung der 3501er Modelle sowie des 3502 von Bilddaten und KB-Filmmaterial (Negativ und Dia). Je nach verwendetem Filmscanner, S1-II oder S-4, ergeben sich jedoch einige Abweichungen von der jeweils genannten Ausarbeitungsleistung. In der Praxis weichen alle Werte schon durch Rüst- und Verteilzeiten mehr oder weniger stark von den Nennwerten ab, die zur Orientierung dienen. Das QSS-3501 (Laser) und die iBeam-Variante können stündlich (Nennleistung) 600 Bilder in den Formaten 9x13 cm (bei 9er Papierbreite) und 15x10 cm (bei 15er Papierbreite) ausarbeiten. Deutlich leistungsfähiger ist das Lasergerät QSS-3502, das 1.082 Bilder im Format 9x13 cm (bei 9er Papierbreite) und 1.006 Fotos im Format 10x15 cm (bei 10er Papierbreite) ausgibt. Die hohe Stundenleistung mit 10,2 cm breitem Papier erreicht das QSS-3502 durch zweibahniges Be-

schicken des Prossers. Bei Einsatz breiteren Papiers arbeitet auch das 3502 einbahnig. Die zuvor genannten Stundenleistungen gelten fürs Ausarbeiten von Bilddaten mit je 2,5 Mio. beziehungsweise 5,0 Mio. Pixel. Von Vorteil ist auch die Möglichkeit, sowohl 9x13-cm-Fotos als auch 13x18-cm-Bilder mit 13er Papier, also einer Materialbreite, produzieren zu können. Für Fotografen ist

wichtig, daß die 35er natürlich auch Portraitpapier (mit Y-Oberfläche) „verarbeiten“ können.

Auch für den Bilddatentransfer, die Bilddatensicherung ist der Betreiber eines 35er Labs gut gerüstet. Serienmäßig sind die Modelle mit einem Multi-DVD-Laufwerk ausgestattet, das CDs lesen und beschreiben und alle DVD-Typen lesen kann. Mit der optionalen „DVD writing“-Software lassen sich „DVD-R“-Rohlinge auch beschreiben. Durchschnittlich kann der geräteinterne Brenner aller 35er Modelle stündlich zum Beispiel 20 (16 Base, vom Negativ) bis 22 (16 Base, von digitalen Daten) CDs produzieren. Durch Einsatz eines Disc-Publisher-II-Systems (Option), das über USB-Schnittstelle mit dem internen Rechner eines 35er Geräts verbunden wird, ist auch externes CD-Brennen möglich.

Viel Labor auf kleinem Raum

Unter dem Arbeitstisch hat das zur Grundausstattung gehörende Papiermagazin seinen angestammten Platz. Gut zugänglich und leicht zu wechseln, ruht es auf einem stabilen ausziehbaren Schlitten. Bei Bedarf lassen sich die 35er Modelle um ein weiteres Magazin (Option) erweitern. Es wird an der linken Stirnseite des Printerprossers in einem separaten Gehäuse untergebracht. Alle Papiermagazine der 35er Serie nehmen Papierrollen mit einem Durchmesser von bis zu 250 mm auf. Für Betreiber eines QSS-3000 wird der Wechsel zu einem QSS-3500 durch ein nicht unbeträchtliches Detail noch interessanter. Schließlich lassen sich die Papiermagazine des 3000ers ohne Einschränkung auch an den 35ern weiterhin verwenden.

Gegenüber dem Vorgänger vereinfacht wurde bei den Modellen 3501/02 noch ein weiteres Detail. Staub auf dem Schutzglas der Lasereinheit, an dem das

**Beim Filmscanner S-4 können die
Filmbühnen gewechselt werden. Im Bild die
Filmbühne 135/240AFC-II, die zur Grund-
ausstattung des S-4 gehört.**

Abb.: fe



Abb.: fe

**Leicht zugänglich: Nach Abklappen der Papier-
transporteinheit (u.) liegt das Schutzglas
des Lasers (Pfeil), das sich darüber befindet, zur
Reinigung frei.**



Abb.: fe

**Der Filmscanner S1-II ist mit einer integrierten
Filmaufnahme für 24x36mm-Kleinbild- (l.) und für
APS-Material (die Mulde rechts) ausgestattet.**



**Bestandteil des Prossers: Die Regenerattanks
sind frontseitig platziert.**

**An der linken Stirnseite:
Auch die 35er lassen sich optional mit einem
zweiten Papiermagazin versehen.
Im Bild ein QSS-3501j.**



Abb.: fe

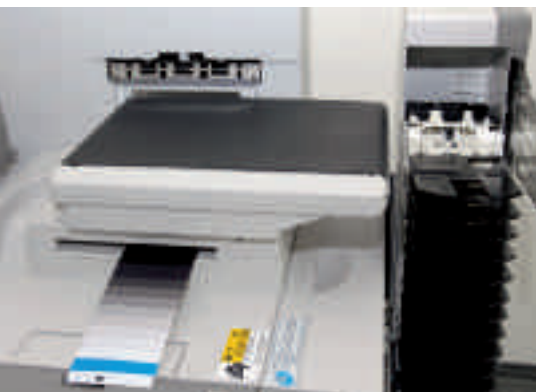


Abb.: fe

Praktisch: Bei den 35ern befindet sich das Colorimeter nun hinterm Trocknerauslauf. Der Teststreifen fürs „Daily Setup“ und für Emulsionswechsel wird automatisch erstellt und gemessen.

Papier zur „Belichtung“ vorbeigeführt wird, kann der Operator nun mühelos entfernen. „Dazu“, erklärt Rüdiger Doll, „braucht man lediglich einen Verschluss zu lösen und die Transporteinheit unter dem Laser, die hinten durch ein Scharnier gehalten wird, nach unten wegzuklappen. Dann liegt das Schutzglas zum Reinigen frei.“ Aber auch die iBeam-Einheit der 3501i, versichert R. Doll, ließe sich bei Bedarf einfach säubern.

Gemessen am maximalen Ausgabeformat, dem möglichen Bilderausstoß und der Ausarbeitungsvielfalt bietet die Nachfolgeserie des QSS-3300 viel Labor auf kleinem Raum. „Gleichwohl zeichnen sich alle 35er Modelle durch die Noritsu-typische Solidität aus“, versichert Michio Fujimoto, der gemeinsam mit Friedrich Bernhard für den Vertrieb der deutschen Noritsu verantwortlich zeichnet. Bis auf geringe Abweichungen bei den J-Modellen, die mit Tetenals Tabletten-

chemie arbeiten, und den Geräten mit Sorter weichen Außenmaße und Gewichte der 35er Modelle nicht wesentlich voneinander ab. Der Korpus aller 35er ist netto 1.500 mm lang. Um den Erweiterungstisch an der linken Seite verlängert, beträgt die Länge wieder bei allen 1.850 mm. Mit optionalem Zweitmagazin versehen, wächst die Länge auf 1.958 mm. Die Tiefe (oder Breite) variiert am Arbeitstisch zwischen netto 700 mm und 1.050 mm mit hinten angesetztem Erweiterungstisch. Am Prosser schwankt die Tiefe zwischen 775 mm bei der iBeam-Version und 827 mm bei den Modellen 3501 und 3502. Als maximale Höhe – am Scanner/Monitor – weisen die Datenblätter einheitlich für alle 35er Geräte 1.483/1.551 mm aus. Da die Racks eines 35ers zu Reinigungs- und Wartungsarbeiten nach oben aus dem Printerprosser gezogen werden, ist am Aufstellort wenigstens eine Gesamt-

Direktausgabe: Beim QSS-3501i (l.) werden die fertigen Bilder vom Trocknerauslauf mittels Transportband zur Bildablageschale transportiert.

Aufs Tablett: die Lasermodelle QSS-3501 und QSS-3502 werden mit Tableau-Sorter (r.) geliefert.



Maße und Stellfläche der 35er Geräte – alle Maße in mm

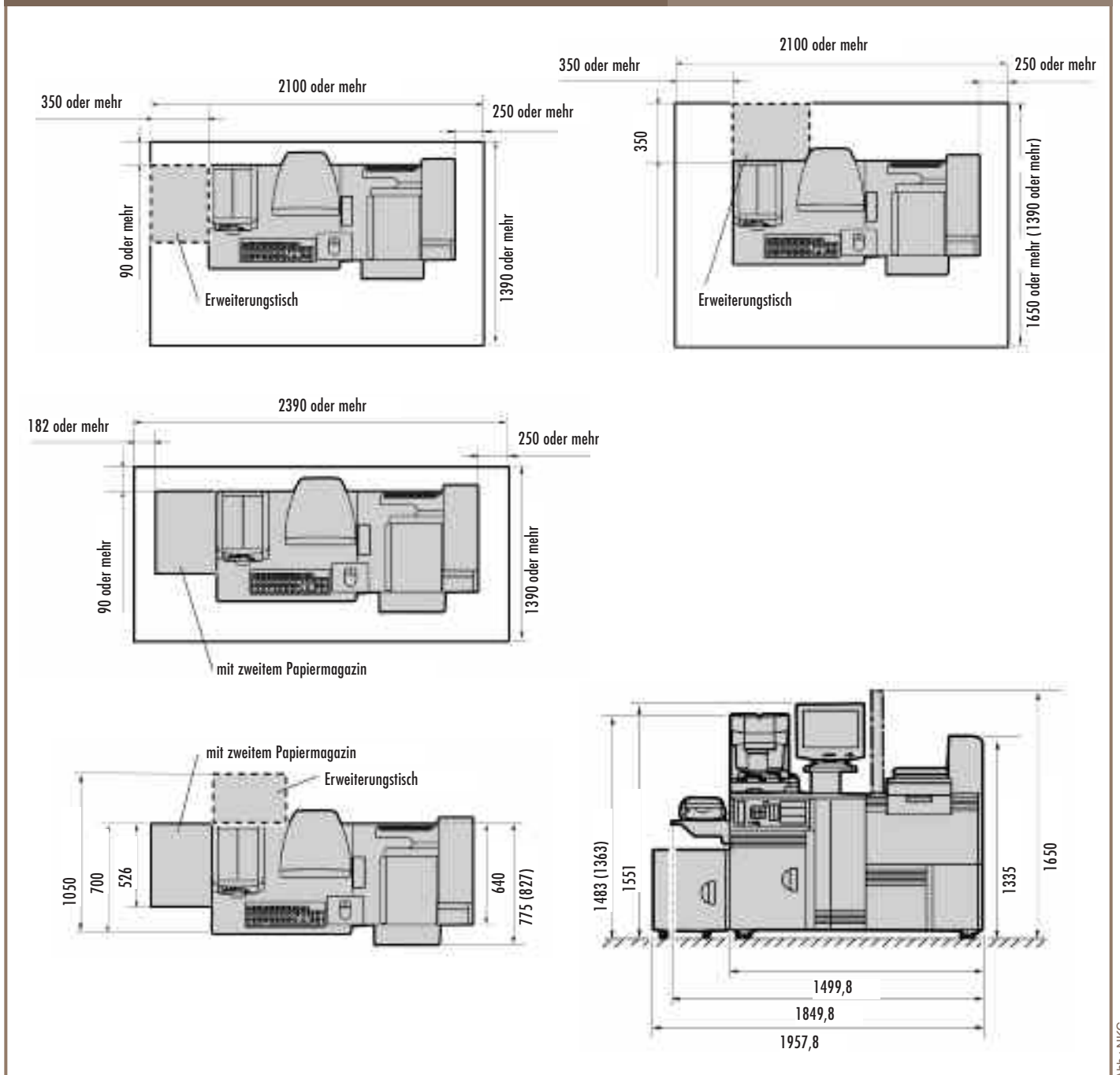


Abb.: NIK

höhe von 1.650 mm erforderlich. Einschließlich Bewegungszone für den Gerätebediener empfiehlt Noritsu als Mindestaufstellfläche für ein komplettes 35er Lab (mit/ ohne Erweiterungstisch) etwa 2,50/2,92 m² bis 3,65 m², mit angeflanschem Doppelmagazin 3,32 m² (2.390 x 1.390 mm) bis 3,94 m² (2.390 x 1.650 mm).

Ohne Chemie und Papier wiegen die mit Einzelmagazin versehenen 35er Modelle zwischen 350 kg und 360 kg. Regulär wird das Gerät an eine Spannungsversorgung mit 400 Volt Drehstrom (bei Absicherung mit 16A) angeschlossen. Möglich ist der Betrieb – bei entsprechender Absicherung und entsprechendem Leiterquerschnitt – aber auch über ein 240-Volt-Wechselstromnetz.

Fazit

„Mit den 35ern verfügen wir über technisch aktuelle und äußerst attraktive Modelle. Sie sind für Betreiber eines QSS-3000 ebenso interessant wie für Betreiber älterer Geräte. Erste Wahl ist ein 35er auch für Fotofachhändler und Fotografen, die mit der Eigenverarbeitung – wieder – beginnen“, beschreibt Vertriebsvize Friedrich Bernhard das breitgefächerte Anwenderprofil der neuen, vielseitigen Geräteserie.

Anmerkung: Da bis zum Redaktionsschluß dieses Heftes noch nicht alle Details der 35er Varianten feststanden, die von der deutschen Noritsu vertrieben werden, sind Abweichungen wie Erweiterungen beim einen oder anderen 35er Modell nicht ganz auszuschließen.

Die beiden obersten Darstellungen machen den Platzbedarf deutlich. Die drei folgenden Abbildungen weisen die Gerätemaße aus.



Abb.: fe

Mit Fahnenstoff: Fotohändler Matteo Pizzaleo (l.) und Tetenal-Gebietsleiter Olaf Rohde (r.).

Foto Söhn: LFP ergänzt das eigene Fachlabor Groß im Bilderservice

Foto Söhn in Düsseldorf ist schon lange Selbstverarbeiter. Vor sechs Monaten wurde das eigene Labor um zwei „Large Format Printer“ (LFP) erweitert. Firmenlenker Matteo Pizzaleo entschied sich dabei bewußt fürs LFP-Konzept von Tetenal.

Kunden können im digitalen Mediencenter von Foto Söhn vom Standardbild bis zum großformatigen Ausdruck „alles“ bekommen, das meiste sogar „sofort“. Zwei Noritsu-Kiosk-Systeme geben Thermosublimationsbilder in Standardgrößen aus. Das volldigitale QSS-3301 fertigt Fotos bis 20x30 cm, zwei Epson-„Large Format Printer“ alles Größere. Die Großformatdrucker nutzt man für vier Ausarbeitungsbereiche: Amateur, Studio, Fach und zur Produktion eigener Werbemittel. Seitlich vom Eingang können Kunden an vier Terminals eigenhändig ihre digitalen Bilder aussuchen, korrigieren und bestellen. Wer es ruhiger und diskreter mag, begibt sich dazu in die wohnlich gestaltete „Photo Lounge“, die sich in der ersten Etage befindet. Poster sofort zum Mitnehmen fertigt bis zum Format 40x60 cm ein Epson Stylus Pro 4800, der sich gut ins Gesamtbild des ansprechend gestalteten Bestellcenters einfügt. Als Ausgabe-material für die Inkjet-Poster hat sich glänzendes 180-Gramm-Papier „bestens bewährt“, das auch gut zum glänzenden Kodak-Royal-Papier der Minilabfertigung paßt. Größere Poster, „Fine Art“-Ausdrucke, wie Facharbeiten und große Portraitbilder, aber auch riesige Werbebanner produzieren die Düsseldorfer mit einem Epson Stylus Pro 9800. An dem Gerät kommt hauptsächlich ein semimattes 240-Gramm-Papier zum Einsatz.

Der LFP ist Bestandteil des hauseigenen Labors, das sich, wie das Fotostudio, auf der zweiten Etage befindet. Dort werden Großformatkunden von der Laborantin oder der Fotografin beraten und betreut. Häufig müssen die Bilddateien der Kunden vor dem Ausdruck noch in Farbe und Dichte sowie drucktechnisch optimiert, oder auch ein Ausschnitt bestimmt werden, was die zwei Fachfrauen „meistens in ein paar Minuten erledigt haben“. Natürlich läßt man sich alle Zusatzleistungen vergüten. Das gilt auch für den Großdruck vom Negativ oder Dia, wobei das Digitalisieren des Materials als Zwischenschritt anfällt, den man mit Hilfe des Minilab-Filmscanners vornimmt. Zum gewünschten Großbild bekommt der Kunde dann noch eine CD mit den Bilddaten. „Dieses Vorgehen“,

so M. Pizzaleo, „wird von den Kunden durchaus akzeptiert, weil wir sie zuvor beraten und ihnen die Wahl lassen.“ Vor allem Kunden, die von vergleichsweise kleinen Bilddateien einen Großdruck wünschen, zeigen sich von der Möglichkeit überhaupt wie dem Ergebnis immer wieder angenehm überrascht. „Wir geben die Bilddatei zunächst klein aus und scannen dann diese Vorlage. So können wir dem Kunden ein ordentliches Produkt liefern, das ihn glücklich macht“, erzählt M. Pizzaleo. Mehrheitlich versorgen die Düsseldorfer „typische Posterkunden“ mit großformatigen Prints. Facharbeiten für gewerbliche Kunden, wie auch schnelle Einzelanfertigungen für Messen oder Banner für den Weihnachtsmarkt kommen weniger häufig vor, einen Zweig, den man noch ausbauen wird. Vor allem in der Vorweihnachtszeit wollen die Düsseldorfer, stärker als bislang schon, für große Portraitbilder werben. Aber auch auf neue Produkte, wie sie etwa durch Flaggenstoffe möglich sind, wird man Kunden, „die nur 9x13 und 10x15 kennen, aufmerksam machen und neue Bilderwünsche initialisieren“.

Durch die Resonanz der Kunden und die Verkaufsergebnisse bestätigt sieht sich M. Pizzaleo bei seiner Eigenwerbung. Mit dem Großbilddrucker produziert er unter anderem Schaufensterplakate, mit denen er für seine Aktionsprodukte und für Bilder wirbt. „Die Kunden haben mehr Vertrauen zu unserer Werbung, die nicht von der Stange kommt.“ Muster und Werbung zugleich sind die Großdrucke überm Tresen. Auf die Frage von Kunden nach großen Bildern reicht M. Pizzaleo denn auch der Fingerzeig nach oben. Für das LFP-Konzept der Norderstedter hat sich der Fotohändler nach umfassender Recherche deshalb entschieden, „weil uns Herr Rohde von Tetenal sehr gut beraten hat, weil uns Tetenal hervorragenden Service bietet, ohne uns vertraglich einzubinden. Deshalb beziehen wir sowohl unsere Minilab- als auch unsere LFP-Materialien von diesem Lieferanten.“ Für die Zukunft sieht sich M. Pizzaleo jedenfalls gut gerüstet: „Wir pflegen das Hardwaregeschäft, bauen zugleich aber den Dienstleistungssektor immer weiter aus. Wir haben Ideen, probieren sie aus und lernen daraus.“



Werbung und Muster zugleich: großformatige Drucke überm Tresen.



Im Erdgeschoß, rechts neben der Theke: die Terminalzone mit dem Posterdrucker.



Schnelle Wechsel: selbst produzierte Fensterwerbung für Angebotsware.

WELCHER SCHMETTERLING WIRD SCHON EINHUNDERT JAHRE ALT?

KODAK PROFESSIONAL ENDURA Medien sind herausragende Fotopapiere und Displaymaterialien für die Farbfotografie. Fotos auf ENDURA Papieren halten mehr als 100 Jahre in typischen Wohnzimmersituationen oder mehr als 200 Jahre in Dunkelarchivierung.*

Neuerliche unabhängige Langzeittests mit den KODAK PROFESSIONAL ENDURA Medien bestätigen eine weitaus bessere Bildstabilität hinsichtlich der Farbbalance und dem Ausbleichen der Farbstoffe verglichen mit den Vorgängermaterialien.**

Sollen Ihre hochwertigen Aufnahmen auf Jahre hinaus bestehen? Dann fragen Sie nach KODAK PROFESSIONAL ENDURA Papieren. Mehr über das gesamte ENDURA Papier und Display Programm finden Sie unter www.kodak.com/go/endura

Finden Sie das passende Pro Lab in Ihrer Nähe unter www.kodak.com/go/prolablocator

ENDURA
Medien

Beste Ergebnisse
von Dauer

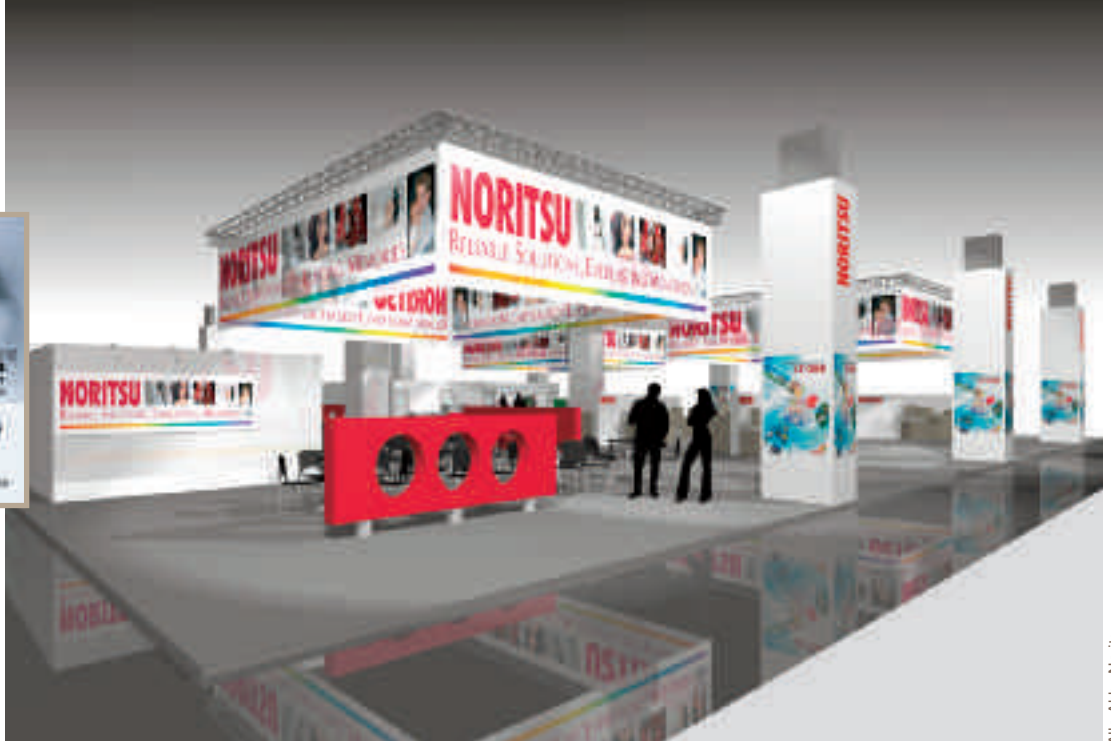


Kodak Professional
Imaging Solutions

© Eastman Kodak Company, 2004. Kodak, Kodak Professional und Endura sind Marken der Eastman Kodak Company.
*Auf Basis der Produktanwendung unter spezifischen Helligkeitsstufen und Temperaturbedingungen. Testverfahren gemäß ANSIPublikation IT9.9-1996 und ISO-Publikation 10977, Stability of Color Photographic Images - Methods for Measuring, unter Anwendung eines Endpunktkriteriums von 30 % Farbausbleichung.
**Das Image Permanence Institute am Rochester Institute of Technology



So wird er aussehen: der neue Noritsu-Stand auf der photokina 2006 in Köln.



Alle Abb.: Noritsu

Noritsu auf der photokina 2006 Auf nach Köln!

Ab 26. September 2006 ist das Messegelände in Köln für sechs Tage wieder das Mekka der Fotobranche. Bei Noritsu dreht sich alles ums Bild – und zwar dem auf Papier. Neues wie Interessantes wird auf dem Stand des japanischen Laborgeräteherstellers zu sehen sein.

Die Messe verlangt dem Besucher so manche Neuorientierung ab, schließlich werden die altherwürdigen Rheinhallen einer neuen Bestimmung zugeführt. Der Noritsu-Stand befindet sich in Halle 10.2, an den Gängen F10/H19. Neu ist auch das Stand-Layout, wie die Bilder auf dieser Seite belegen.

Schöne digitale Bilderwelt

Auf einer Fläche von insgesamt knapp 1.000 m² präsentiert Noritsu mehr als 30 Geräte seines aktuellen umfangreichen Geräteprogramms. Ob Kundenterminal,

Kiosk oder volldigitales Minilabgerät, in Köln finden Selbstverarbeiter auf dem Stand des Nur-Laborgeräteherstellers für jede Ausarbeitungsaufgabe die richtige Lösung. Das gilt für den Fotohändler und Fotografen ebenso wie für Groß- und Fachlabore, für Einsteiger genauso wie für erfahrene Betreiber, die eine Ersatzinstallation planen.

Hauptattraktion auf dem Stand wird die neue volldigitale 35er QSS-Geräteserie sein, die sich durch ungewöhnlich große Variabilität auszeichnet (s. S. 18). „Noch keine Modellreihe zuvor hat so viele verschiedene Möglichkeiten der individuellen Anpassung gebo-

ten wie die Neueste von Noritsu“, versichert Friedrich Bernhard, Vertriebsvize und seit über zehn Jahren Vertriebsrepräsentant Süd der Noritsu Deutschland. Neu ist auch ein Gerät zur Produktion großformatiger Bilder auf Fotopapier. Hauptsächlich für den Einsatz in Groß- und Fachlaboren geeignet, liefert es Fotos in LFP-typischen Ausmaßen und fototypischer Bildqualität.

Vom großen Ausarbeitungsspektrum und der Leistungsfähigkeit der weltweit einzigen „Trocken“-Labs dDP-421 und dDP-621 können sich Besucher des Standes ebenso überzeugen, wie von der Bildqualität und dem Nutzen Noritsu-typischer Kiosk-Lösungen. Darüber hinaus stellt das Unternehmen in Köln viel nützliches Systemzubehör und arbeitserleichternde Software vor. Viele gute Gründe, meint F. Bernhard, dem Noritsu-Stand einen gezielten Besuch abzustatten. Immerhin zeigt sich der langjährige Branchenkenner davon überzeugt, daß mit der weiteren Zunahme digitaler Aufnahmen – nach der Phase der Neuorientierung und des Experimentierens – eine Renaissance des Papierbildes bevorsteht. „Schließlich wissen Konsumenten wie Profis die ‚einzigartigen Vorteile‘ dieses leicht handhabbaren und

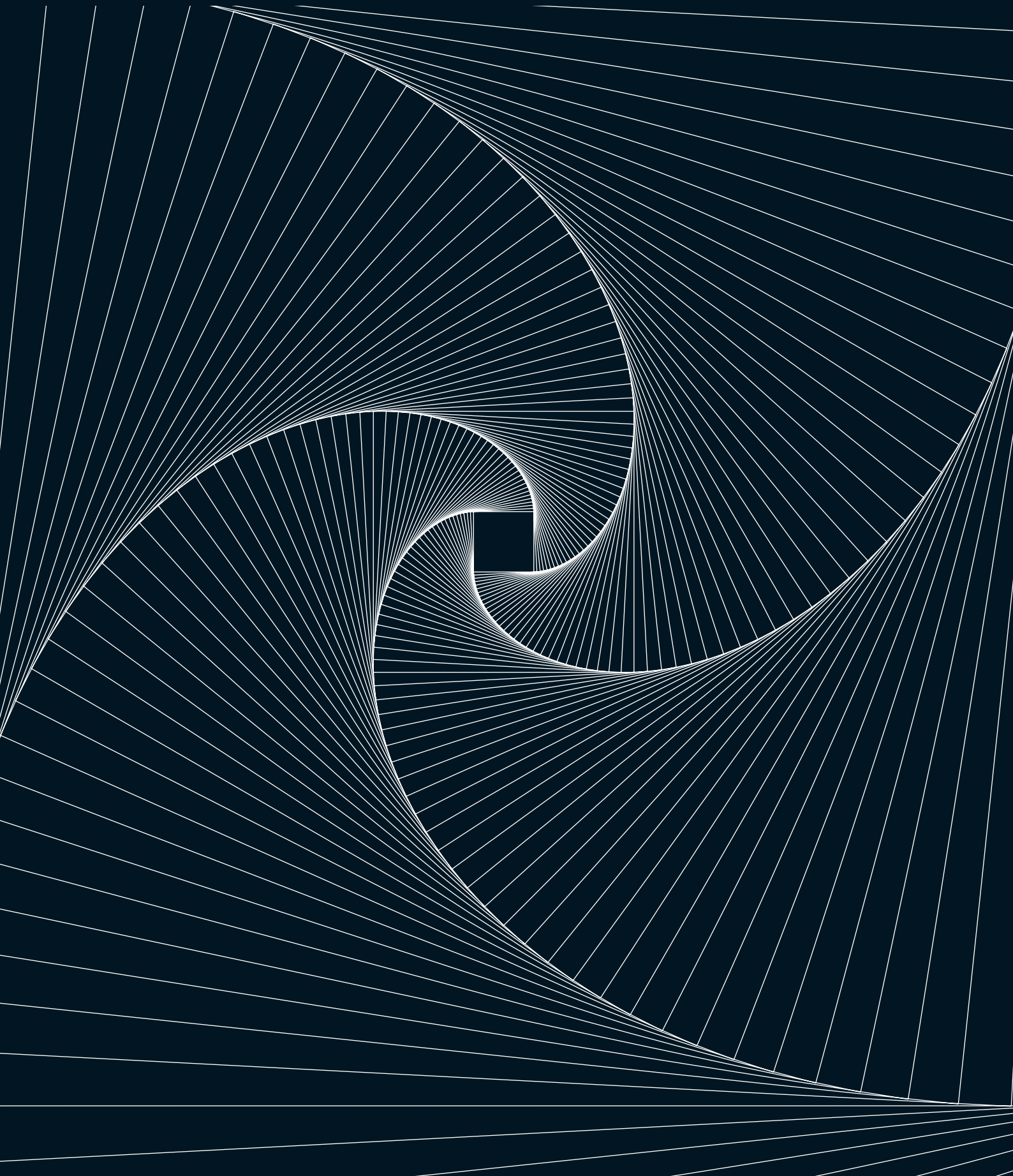
qualitativ hochwertigen Mediums seit Jahrzehnten zu schätzen. Attraktivitätssteigernd wirkt zudem die wachsende Zahl der Bildsonderprodukte mit vielen neuen Bild-Möglichkeiten.“



Willkommen!
Der Stand des Minilabgerätheherstellers steht den Messebesuchern sprichwörtlich „von allen Seiten offen“.

NORITSU
Halle 10.2
Stand F10/H19

Wir haben Ihre Ziele im Blick



akf bank

Finanzierung, Leasing, Mietkauf

info@akf.de, Tel. (02 02) 49 29-121, Fax (02 02) 49 29-293

Das ist die Chemie:
Die Ecojet-Tabletten sind in vier beziehungsweise zwei Reihen senkrecht in den Kartuschen untergebracht.



Und das ist das passende Minilabgerät von Noritsu dazu: QSS-3501J.



Abb.: NKC

Alle Abb.: fe

Noritsu QSS-3501J für Tetenals Ecojet-Chemie Trocken, sicher, einfach

Das auf Tablettenchemie basierende Ecojet-Entwicklungsverfahren war und ist seit vielen Jahren im Einsatz. Tetenal stellt die spezielle Fotochemie weiter her, Noritsu bietet unterschiedlich leistungsstarke Geräte aus der eigenen Modellpalette dafür an.

Mit einer gemeinsamen Erklärung informierten die Norderstedter und die Willicher Anfang August 2006 die Öffentlichkeit über ihre erweiterte Kooperation (s. Kasten S. 30). Auf der photokina wird das Noritsu-QSS-3501 mit dem Anhängsel „J“ als Ecojet-Variante vorgestellt. Dort ist es auf dem Tetenal-Stand (Halle 4.2/F 009) zu sehen. Weitere QSS-J-Modelle, auch anderer Noritsu-Geräteserien, werden demnächst folgen.

Nur drei Kartuschen

Gegenüber flüssigen Fotochemikalien, die penibel nach Herstellervorschrift angesetzt und in die Regenerattanks geschüttet wer-

den müssen, setzt der Betreiber eines 3501J lediglich drei 32 cm hohe und knapp 4 cm tiefe Kunststoffkartuschen – „Compact Type“ – in die entsprechenden Halterungen außen am Prosser ein. Jede der milchglasfarbenen Kartuschen ist eindeutig beschriftet und farblich markiert. Die erste, mit „P-1“ auf blauem Fond, enthält 40 Tabletten Farmentwickler-Regenerator. Mit „P-2“ auf pinkfarbenem Grund ist die zweite versehen, die 40 Tabletten Bleichfixierbad-Regenerator beherbergt. „P-3“ auf hellgrauem Fond prangt auf der dritten Kartusche, die mit 20 Tabletten Stabilisator-Regenerator befüllt ist. Durch Längsstege getrennt, werden die Tabletten in den Kartuschen hochkant in vier (P-1 u. P-2) beziehungsweise 2 Reihen (P-3) geführt und gelagert. Diese Anordnung hat



Original: Die Kartuschen sind luftdicht verpackt. Erst unmittelbar vorm Einsetzen ins Gerät sollte die Folie entfernt werden.



Abb.: Tetenal



Verwechslung unmöglich: Am Kopf ist jede Kartusche mechanisch unterschiedlich codiert.

mehrere Vorteile. Die Tabletten können beim Transport nicht zerbröseln, sich in dem stabförmigen Magazin nicht verkannten und wegen der winzigen Berührungsfächen nicht miteinander verkleben. Die senkrechte Position der Tabletten begünstigt – schwerkraftbedingt – deren einwandfreie Zuführung im Prosser.

Geliefert werden die Kartuschen jeweils in fest konfektionierten Gebinden mit jeweils 6 Kartuschen „P-1“, 12 Kartuschen „P-2“ und 2 Kartuschen „P-3“. Nach Angaben von Tetenal reicht dieser Satz zur Entwicklung von etwa 388,8 m² Fotopapier beziehungsweise von rund 34.000 Fotos im Format 9x13 (89x127 mm) cm aus. Die Konfektionierung des Ecojet-Sets ist so gewählt, daß es „insgesamt“ vollständig verbraucht wird, ohne daß Kartuschen mit Tabletten der einen oder anderen „Sorte“ übrig bleiben oder gar fehlen, bevor ein neues Kartuschengebinde angebrochen wird. Das ist praktisch und dient in gewisser Weise auch der Kontrolle, daß die Chemie im Gerät während des Anwendungszeitraumes dieses Sets „stimmt“. Zur täglichen Überprüfung (Daily Setup) erstellt das QSS-3501J automatisch einen Teststreifen, den es auch selbsttätig mißt. Sofern im Toleranzbereich, braucht der Operator die angezeigten Korrekturwerte dann nur noch zu bestätigen, und er kann sicher produzieren.

Ansatzfehler ausgeschlossen

Am Beispiel des brandneuen QSS-3501J wird das Zusammenwirken von Gerät und Tablettenchemie deutlich. Mit den anderen 3501ern (s. S. 18) identisch sind bei einem J-Gerät sowohl der Printer als auch der Funktions- und Ausarbeitungsumfang. An die Besonderheiten der Tablettenchemie angepaßt ist hingegen der Papierprozessor. Dort, wo sich beim RA-4-Prosser hinter Türen die Regenerattanks verbergen, tritt unten am Gehäuse des J-Prossers die Aufnahmeeinheit für die Ecojet-Kartuschen deutlich hervor. Links davon, unterm Gehäuse, befinden sich lediglich noch zwei 10-Liter-Frischwassertanks. Aus einem bekommt der Subtank von P-1 oder P-2 oder P-3 eine kleine Menge Wasser, wenn dem jeweiligen Bad eine neue Tablette zugeführt wird. Aus dem zweiten werden die Rackreinigung und der Verdunstungsausgleich gespeist. Die drei senkrechten Führungen der Aufnahmeeinheit sind von links nach rechts mit P-1 bis P-3 beschriftet. Sie nehmen die gleichnamigen Kartuschen auf. Falsches Einsetzen ist unmöglich, denn die Kartuschen sind am Kopfstück mit vier jeweils unterschiedlich positionierten Stiften vertauschungssicher codiert. Nach dem Schlüs-



Leicht bestückt: Die „richtige“ Kartusche wird oben in die Führungshülse gesteckt (l.) und bis zum Einrasten nach hinten gedrückt (r.). Dabei öffnet sich der Bodenschieber (Shutter) der Kartusche nach vorn.

sel-Schloß-Prinzip paßt jede Kartusche ausschließlich in „ihren“ Halter.

Die jeweils richtige Kartusche wird oben in eine Führungshülse eingesetzt, nach hinten gedrückt und dabei in eine Verriegelung geschoben. Dort rastet sie hörbar ein. Zudem erlischt dann unter dem entsprechenden Aufnahmesegment eine rote LED, die konstant leuchtet, solange sich keine korrekt eingesetzte Kartusche in der Führung befindet. Dagegen blinkt die LED, wenn die korrekt eingesetzte Kartusche leer ist. Diesen Zustand bekommt der Operator auch über den Monitor angezeigt. Selbst nach wiederholtem Quittieren bleibt der Warnhinweis bestehen, bis die leere gegen eine volle Kartusche getauscht worden ist. Natürlich kann der Operator Kartuschenwechsel bei laufendem Produktionsbetrieb vornehmen. Sobald der Tausch angezeigt wird, bleibt dem Bediener dafür hinreichend Zeit, denn die Konzentration des betroffenen Bades reicht dann immer noch zum korrekten Entwickeln einiger Quadratmeter Fotopapier aus. Mit dem Einrasten der Kartusche in der Führung wird zugleich der flache Schieber (Tetenal-Terminus „Shutter“) am Fuß der Kartusche geöffnet und gibt die erste Tablette frei. Sie gleitet in die Führung einer trommelförmigen Einheit (Noritsu-Bezeichnung „Drum unit“). Die dreht sich und legt dabei die Tablette auf dem Träger eines Lifts ab. Er befördert sie geradewegs nach oben bis vor die Subtanks. Bevor sie dort ins richtige Bad plumpst, passiert sie noch einen waagerechten Kanal, der sie „ihrem“ Subtank zuführt. Im badspezifischen Subtank löst sich die Tablette auf. Durch die Agitation (Umwälzung) des



Lichtsignale: Rote LEDs weisen auf leere Kartuschenschächte hin. Blinken zeigt an, daß die eingesetzte Kartusche keine Tabletten mehr enthält und gewechselt werden muß.



Komplett: die bestückte Ecojet-Aufnahmeeinheit am QSS-3501J.

Rutschbahn: Der linke Filterhalter ist kleiner und weist innen eine Schräge auf, auf der die Tablette in den Subtank gleitet. Der rechte Filterhalter eines herkömmlichen Tanks ist deutlich größer.



Bades zwischen Sub- und Arbeitstank, die miteinander verbunden sind, kommt es zur Vermischung, erreicht das jeweilige Bad eine einheitliche Konzentration. Die Badpumpe saugt das Bad unten am Subtank ab, und führt es dem Arbeitstank unten zu. Durch den Pumpendruck und die Badwärme befindet sich das Bad ständig im Umlauf. Die Tablettenzufuhr steuert das Minilabgerät, beziehungsweise dessen Software, selbsttätig.

Aus der Menge der „eingeworfenen“ Tabletten (in Stück) und der Anzahl der entwickelten Bilder (in Quadratmeter) errechnet und veranlaßt das Gerät den korrekten Nachschub.

Konstante Entwicklungsergebnisse

Damit die Tabletten ihre Wirkung entfalten können, lösen sie sich in Wasser gut auf. Mit dem Nachteil, daß sie sehr feuchtigkeitsanziehend (hygroskopisch) „reagieren“. Um vorzeitigen und ungewollten Auflösungserscheinungen vorzubeugen, schweißt Tetenal jede einzelne Kartusche „luftdicht“ in Kunststoff-Folie ein. Letztere wird der Operator denn auch erst unmittelbar vorm Verwenden der Kartusche öffnen. Vor Feuchtigkeit sollten die Kartuschen auch in der Aufnahmeeinheit am Prosser bewahrt werden. Die sichere Zufuhr der Tabletten stellt der Operator dadurch sicher, daß er – durchsatzabhängig – von Zeit zu Zeit die Trommeleinheit („Drum unit“) an jeder Aufnahmeeinheit reinigt. Darüber hinaus bedarf das System keiner anderen oder weitergehenden Wartung und Pflege als alle anderen voll-

digitalen QSS-Minilabgeräte auch. Die Norderstedter, die die „Foto“-Tabletten schon seit 10 Jahren herstellen, wissen sehr wohl um die Vorteile von Ecojet. Dipl.-Ing. Norbert Köster-Beestermöller, Geschäftsbereichsleiter Foto Imaging Europe, zählt die wichtigsten auf: „Im Gegensatz zur Flüssigchemie ist die Tablettenchemie vor allem hinsichtlich der Handhabung von Vorteil. Es entfällt jedes Abmessen und Ansetzen von Chemikalien. Ansatzfehler werden sicher ausgeschlossen. Selbst chemisch unerfahrene Beschäftigte können die Kartuschen problemlos wechseln. Chemisch „laufen“ die Prozesse sehr stabil und führen selbst bei wechselnder Auslastung zu konstanten Entwicklungsergebnissen. Obendrein sind Ecojet-Tabletten geruchlos. Zudem zeichnet sich die Tablettenchemie durch niedrige Regenerieraten und geringe Überläufe aus. Anstelle von Flüssigchemie beanspruchen die Kits der Tablettenchemie erheblich weniger Lagerfläche.“

Ganz ohne Flüssigchemie kommt auch der Ecojet-Nutzer nicht aus. Sie kommt – allerdings nur das eine Mal – beim Arbeitsansatz zur Erstbefüllung der Maschine zum Einsatz. Bei P-1 besteht er aus den Parts A (400 ml), B (500 ml), C (800 ml) und 8,3 l Wasser, was eine Farbentwickler-Arbeitslösung von 10 Litern ergibt. Die gleiche Gesamtmenge ergibt die Bleichfixierbad-Arbeitslösung für den P-2-Ansatz. Sie besteht aus 5,12 l Wasser, 2,35 l Part A und 2,55 l Part B. 25 l Wasser und 1,5 l P-3LR ergeben 26,5 Liter Arbeitslösung für den P-3-Ansatz (Ecojet P-3-Initialkit 4x10 Liter; Art.-Nr 30674). Danach tauscht der Operator „bei Meldung“ lediglich leere Tabletten-Kartuschen gegen befüllte am Prosser des QSS-3501J aus.



„Wie Auspuffkrümmer“: Vom Lift aus gelangen die Tabletten über die jeweilige Zuführung in den Subtank des entsprechenden Bades.



Gemeinsame Erklärung von Tetenal und Noritsu

Vor dem Hintergrund zusammenwachsender und sich schnell verändernder Märkte schreiben Noritsu und Tetenal ihre langjährige, erfolgreiche internationale Zusammenarbeit fort. Das gemeinsame Agieren im Vertriebsbereich ist der Schwerpunkt der Kooperation. Noritsu, der Global Player für Minilabhardware, und Tetenal, als eines der führenden Unternehmen für Imaging Consumables, sind zwei starke Partner mit zukunftsweisendem Know-how. Die umfassenden Produktsortimente und gemeinsamen Vertriebskonzepte beider Firmen sind der Garant für Kundenzufriedenheit und Sicherheit auf dem Minilabmarkt. Mit einem Paukenschlag gleich zu Beginn der

Kooperation kündigen beide Firmen ein absolutes Highlight an: Noritsu-Geräte mit Tetenal-Ecojet-Tablettentechnologie. Bereits im Vorfeld der photokina werden die ersten Noritsu-Ecojet-Minilabs verfügbar sein. Ecojet-Tabletten sind unerreicht einfach im Handling, narrensicher in der Anwendung und bieten höchste Wirtschaftlichkeit in der Summe der Produktvorteile gegenüber herkömmlichen flüssigen Chemikalien.

Fazit: Das modernste Chemiekonzept für das führende Minilabportfolio – ideale Verknüpfung und größte Synergie als konkrete Antwort auf aktuelle Marktanforderungen im Bilder-Business.



ecojet auf der photokina:
Halle 4.2.-Stand Nr. F009
www.tetenal.com

Trocken geht's leichter. Auch beim Minilab. Mit ecojet.

ecojet-Kartuschen mit Tablettenchemie sind die Innovation fürs Minilab. Sie ermöglichen ein einfaches, sauberes und geruchloses Arbeiten mit Fotochemikalien. Und zwar bei einer **vielfach höheren Ergiebigkeit im Vergleich zu Flüssigchemikalien**. Das spart Geld, halbiert die Lagerflächen und auch der Abfall wird minimiert, was auch die Umwelt freut. ecojet ist sicher, da das umständliche Hantieren mit Flüssigkeiten entfällt. **Selbst ungeübte Mitarbeiter kommen mit dem ecojet-System sofort und problemlos zurecht**. ecojet steht für Perfektion, Zuverlässigkeit und beste Bildqualität.

Tetenal. Pictures best friend.

TETENAL

Full Service

Mehr *Kompetenz.*
Mehr *Kunden.*

Mehr *Umsatz.*

Leasing

Training

Service

Hotline

Marketing

NORITSU
Halle 10.2
Stand F10/H19

Kommen Sie uns besuchen...

