

# *imaging* **markt**

Das Journal für Minilab, Finishing + Digital Imaging



**Vitaminkur**

Mehr Erfolg mit Bildmehrwertprodukten

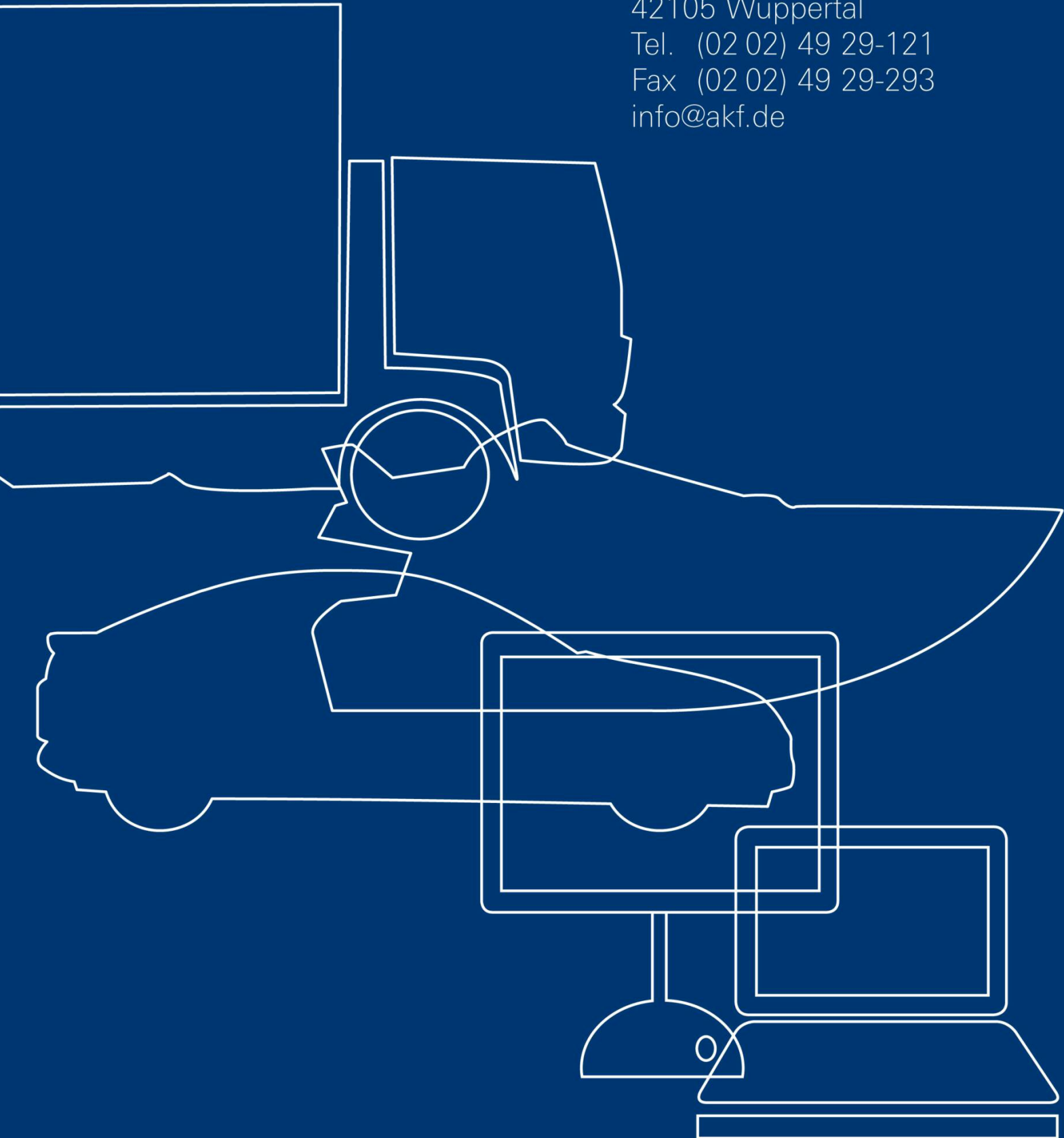


# akf bank

## der finanzpartner

Eine vernünftige Entscheidung  
Kredit, Leasing, Mietkauf

Friedrichstr. 51  
42105 Wuppertal  
Tel. (02 02) 49 29-121  
Fax (02 02) 49 29-293  
[info@akf.de](mailto:info@akf.de)





**Praxis 4**

Foto-SB, Siegen –  
D502 im Fotobucheinsatz  
Ideales Produktionsmittel

**Bildausarbeitung 10**

Weiteres Bildmehrwertprodukt:  
Schwenkpanoramabilder  
Sooo groß und sooo schön

**Minilab 14**

Exzellente Bild-Ergebnisse  
mit 640 dpi Auflösung  
Haarfein und detailgetreu

**Fotohandelsgruppe 16**

Frühjahrsmesse in Wiesbaden  
und Jahreshauptversammlung  
der Fotoco in Heidelberg  
Alles bestens

**Roadshow 21**

Im Juni in Deutschland  
unterwegs: Noritsu und Ringfoto  
Die neue Bildkultur auf Tour

**Impressum**

**Herausgeber:**

Noritsu (Deutschland) GmbH  
Siemensring 87, 47877 Willich  
Telefon: 0 21 54/91 57-0  
Telefax: 0 21 54/91 57 70  
E-Mail: info@noritsu.de  
Internet: www.noritsu.de  
Vertretungsberechtigter  
Geschäftsführer:  
Hiroshi Nakayama

**Registrierung:**

Amtsgericht Krefeld, HRB 3588;  
Umsatzsteuer-Identifikationsnum-  
mer: DE119109734

**Redaktion:**

Heinz-Joachim Fehl (verantwortlich)  
Telefon: 0 21 54/91 57-61;  
E-Mail: joachim.fehl@noritsu.de

**Werbevermarktung:**

Shigeko Tokunaga-Biernbaum;  
Telefon: 0 2154/91 57-0; E-Mail:  
shigeko.tokunaga@noritsu.de

**Gestaltung & Herstellung:**

Dipl.-Designerin Barbara Schmitz,  
www.barbara-schmitz.de

**Erscheinungsweise:**

sechsmal im Jahr

Titelbild B. Schmitz

© Noritsu (Deutschland) GmbH  
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, Noritsu (Deutschland)  
GmbH, Redaktion „Imaging Markt“,  
Siemensring 87, 47877 Willich,  
zulässig.



Abb.: fe

Seit 25 Jahren als Selbstverarbeiter aktiv, produziert er seit dem Spätherbst 2009 Fotobücher mit Noritsu Duplexdrucker D502. Der Erfahrungsbericht ab Seite 4.



Abb.: NKC

Sony hat diverse Kameras mit Schwenkpanoramafunktion im Programm. Wie der Selbstverarbeiter die entsprechenden Bilder machen kann, erläutert der Bericht ab ab Seite 10.



Abb.: NKC

Als einzige Geräteserie können die 37-HD-Modelle von Noritsu mit 640 dpi Auflösung punkten. Mehr zu Einsatz und Nutzen ab Seite 14.



Abb.: J. Nitsche

Innerhalb von knapp drei Wochen gab es zwei Veranstaltungen der europa foto. Zu den Ergebnissen mehr ab Seite 16.

**Die Siegener setzen stark aufs Fotobuch und weitere attraktive Bildprodukte (v.l.): Fotolaborantin Tatjana Roncevic, Fotolaborantin Sarah Franke, Firmeninhaber Rüdiger Holdinghausen, Fotografin und Fotokaffrau Bärbel Holdinghausen, Gestaltungstechnische Assistentin Ramona Bärsch und Fotografin Klaudija Ostojic.**



Foto: sb-Team

Seit 1979 ist Rüdiger Holdinghausen als Fotofachhändler in Siegen aktiv. Inzwischen weitgehend auf Bilddienstleistungen fixiert, stellt er in seinem Labor auch Fotobücher selbst her. Seit November 2009 nutzt er dazu Noritsu Duplexdrucker D502. Anlässlich der Noritsu-Veranstaltung „Bildergeschäft-Offensive 2010“, die am 24.4.2010 in Willich stattfand, berichtet er über seine Erfahrungen mit dem Gerät und seinem Fotobuchgeschäft.

Foto-SB, Siegen: D502 im Fotobucheinsatz

## Ideales Produktionsmittel

Seit wann beschäftigen Sie sich mit Fotobüchern?

Vor drei Jahren, als die Fotobücher langsam populär wurden, haben wir damit begonnen, sie unseren Kunden anzubieten. Wir haben unsere Leistungspalette erweitert, wollen damit aber auch verhindern, daß uns die Flächen- und Online-Anbieter auch dieses neue Bildergeschäft-Segment streitig machen. Andernfalls fehlen uns – und zwar zusätzlich zum systembedingten Verlust bei den Standardformaten – auch noch die Bilder, die zu Fotobüchern werden.

Was hat Sie letztlich zur Anschaffung des D502 veranlaßt?

Zuerst haben wir eine Software verteilt, mit der es unseren Kunden möglich war, ihr Fotobuch daheim zu kreieren und auf einer CD zu speichern. Mit der Bestellung haben sie uns den Datenträger übergeben. Wir haben die Fotobuchseiten mit Montageblättern verklebt und zusammen mit dem Einband verschraubt. Durch diese Fertigungstechnik fielen unsere Fotobücher gegenüber den Großlaborbüchern deutlich dicker aus. Die Kunden waren mit unserem Produkt aber durchaus zufrieden. Doch mit

Über Eck und mit viel Schaufensterfläche präsentiert sich das 200 m<sup>2</sup> große Geschäft, das sich in unmittelbarer Nähe des Stadtzentrums von Siegen befindet.





der weiteren Verbreitung der Fotobücher verbanden sowohl die Konsumenten als auch wir schlankere Versionen, also solche mit festem Einband und dünnen, beidseitig bebilderten Seiten. Ich habe mir viele Fotobuchlösungen von allen möglichen Anbietern angesehen, aber nie das richtige gefunden. Erst Noritsu Duplexdrucker D502 hat mich überzeugt.

### Welche Produkte fertigen Sie mit dem Gerät?

Wir setzen es natürlich zur Fotobuchproduktion, aber vermehrt auch zur Fertigung von Einladungs-, Danksagungs-, allen möglichen Arten von Grußkarten sowie zur Selbstverarbeitung beidseitig bedruckter Visitenkarten ein. Auf letztere sind wir durch Anfragen von Kunden gestoßen. Die Kartenvorderseite wird durchweg mit Bild und Namen des Kunden versehen, die Rückseite mit Anschrift, E-Mail- und Internetadresse. Einige Kunden erweitern die Rückseite beispielsweise noch um Angaben zu Vereinen, denen sie angehören. Solche Produkte läßt man bei uns herstellen, weil sie sich als Kleinstauflage für Druckereien nicht eignen. Auf Wunsch nehmen wir auch die Gestaltung der Bildprodukte vor. Zu unserem Team gehört eine erfahrene „Gestaltungstechnische Assistentin“, die sowohl gestaltungssicher als auch fit in der Bildbearbeitung ist. Zudem nutzen wir den D502 zur Kalenderherstellung, wobei dieser Artikel hauptsächlich im Weihnachtsgeschäft bestellt wird.

### Wie bestellen Ihre Kunden Bilder und Bildmehrwertprodukte bei Ihnen?

Online von zu Hause oder hier im Geschäft am Kundenterminal. Für das Gros unseres Bilderangebots bieten wir beide Möglichkeiten. Von Vorteil ist, daß wir dazu seit kurzem die „High Photo Transfer“-Software von Noritsu einsetzen. Sie ist nicht nur leicht zu bedienen, sie zeichnet sich vor allem durch ein einheitliches Layout und eine identische Bedienroutine im Terminal- wie im Onlinebetrieb aus. Seither müssen sich unsere Kunden nicht mehr umstellen, sie geben ihre Bild- oder Fotobuchbestellung daheim an ihrem Rechner auf die gleiche Weise ein wie an der Bestellstation im Geschäft. Mit dem Argument der einheitlichen Bedienoberfläche fällt es uns denn auch noch leichter als zuvor, Kunden zur Onlinebestellung zu bewegen.

### Wann sind welche Bestellmöglichkeiten von Vorteil?

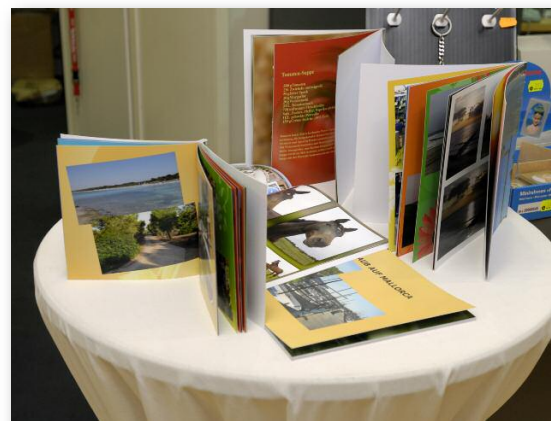
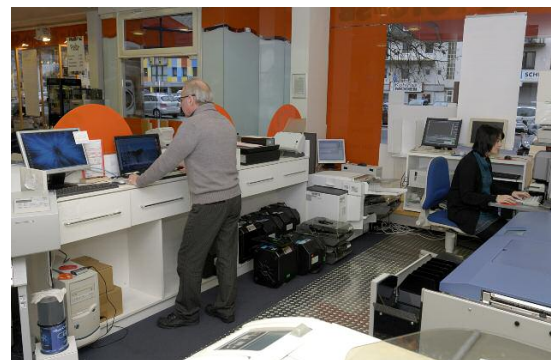
Das entscheidet jeder Kunde individuell für sich. Zu einer Bildmehrwertproduktion, wie wir sie mit dem D502 praktizieren,

gehört meines Erachtens zwingend auch eine Onlinebestellmöglichkeit. Allein mit den Terminals im Geschäft kommen wir nicht zurecht. Dazu ist die Verweildauer der Kunden, die im Geschäft ein Fotobuch erstellen, viel zu lang. Sie erstreckt sich von mindestens 30 Minuten bis zu einer

**Der große Ausarbeitungsbereich mit Naßmaschinen, D502 und Epson-LFP, befindet sich gleich links hinterm Eingang.**



oder mehreren Stunden. Darunter sind sowohl reifere Kunden als auch jüngere, die ihr Fotobuch deshalb im Geschäft erstellen, weil sie das am bequemsten finden und/oder weil sie uns in der Nähe wissen und falls nötig unsere Unterstützung nutzen können. Diesbezüglich reicht das Spektrum vom gelegentlichen Nachfragen bis zu umfangreich begleitender Assistenz. Zu uns kommen auch Konsumenten, die uns einen USB-Stick mit Bilddaten übergeben, uns kurz schildern, was sie möchten, um uns dann die Gestaltung eines Fotobuchs zu überlassen. Diesen Kunden geht es nicht um eine besonders ausgefallene, sondern um eine einfache, gefällige Gestaltung. Vor der Ausgabe schauen wir uns Seite für Seite gemeinsam an, lassen den Kunden die Texte kontrollieren, nehmen auf Wunsch auch noch Korrekturen vor. Wie auch immer, wir bemühen uns, jedem Kunden individuell gerecht zu werden, damit er unser Geschäft mit einem schönen Fotobuch rundum zufrieden verläßt. Dann zeigt er das Buch in seinem Umfeld herum und berichtet von unserem Service. Bisher erstellen noch recht viele Kunden ihr Fotobuch bei uns im Geschäft, was uns zeigt, daß sich die Kunden bei uns wohlfühlen. Je länger sie sich bei uns aufhalten, um so größer ist die Chance, daß bei ihnen weiterer Foto-Bedarf geweckt wird, den sie spontan sofort oder später bei uns decken.



**Auch die Muster auf dem Stehtisch – zwischen Terminalzone und Theke – machen Kunden auf Fotobücher aufmerksam.**



**Direkt vorm Labor – in Thekennähe – sind die Kundenterminals ideal positioniert.**



**Bärbel Holdinghausen (l.) ist seit der Unternehmensgründung mit im Geschäft aktiv.**



**In dem Fotostudio werden Paß- und Bewerbungsbildaufnahmen sowie Kleinportraits gemacht.**



**Vis-à-vis der Theke ist ein Teil des umfangreichen Bilderangebots übersichtlich und leicht verständlich dargestellt. Die 8er Serie links weist auf verschiedene Bildoberflächen, Präsentations- und Aufziehmöglichkeiten hin.**

**Rechts vom Eingang befindet sich der große Rahmen- und Albenbereich.**



### Und das Onlinegeschäft?

Selbstverständlich bieten wir auch den Onlinekunden die Möglichkeit, sich persönlich oder telefonisch mit uns auszutauschen. Es gibt ja Kunden, die würden ihr Fotobuch gern daheim erstellen, wissen aber nicht, wie das geht. Am Terminal im Geschäft machen wir sie mit der Software vertraut, die sie dann daheim am eigenen Rechner verwenden können, um Fotobücher zu kreieren. Nicht zu vergessen jene Kunden, die ihr Fotobuch und andere Fotomehrwertprodukte grundsätzlich nur zu Hause erstellen und online ordern. Sei es, weil sie dort alle Daten parat haben, sei es, daß sie die Gestaltung ungestört und mit Muße vornehmen möchten. Womöglich spielen auch Internetgewohnheiten dabei eine Rolle. Solche Kunden kämen nicht auf die Idee, ihr Fotobuch an einem Terminal im Geschäft aufzugeben. Wenn wir diese Kunden bedienen wollen,

dann müssen wir ihnen eine adäquate Möglichkeit dazu bieten, und die ist in dem Fall die Onlinebestellung. Das fertige Buch holen sie bei uns im Geschäft ab, so daß wir auch weiterhin persönlichen Kontakt mit den Kunden haben. Bislang bieten wir keinen Postversand an. Doch keine Regel ohne Ausnahme. Im Einzelfall würden wir Bücher auch verschicken. Sollte sich der Versandweg irgendwann als notwendiger Bestandteil herauschälen, sind wir flexibel genug, kundengerecht zu agieren.

### Was spricht für, was gegen die Eigenfertigung von Fotobüchern?

Dagegen sprechen die Geräteinvestitionen, der Aufwand, sich das Know-how aneignen und aktuell halten zu müssen, und natürlich der Fertigungsaufwand selbst. Es ist sicherlich bequemer, Konfektions-





ware von anderen Dienstleistern zu beziehen. Allerdings muß man dann auch damit leben, daß die Produkte hinsichtlich Beschaffenheit und Preis leicht vergleichbar sind. Da endet die Bequemlichkeit. Die Entscheidung für die Eigenverarbeitung haben wir schon vor Jahrzehnten getroffen. Seit 1985 Selbstverarbeiter, ist bekannt, daß man bei uns Bilder sofort beziehungsweise innerhalb weniger Stunden bekommen kann. Diesen Service erwarten die Kunden auch bei Bildsonderprodukten wie dem Fotobuch. Da wir mit unseren Kunden seit jeher einen regen Austausch pflegen, erfahren wir auch, welche Erfahrungen der eine oder andere schon mit Fotobüchern anderer Anbieter gemacht hat. Als nachteilig empfinden da manche eine gegenüber uns deutlich längere Lieferzeit. Ein wohl öfter auftretender Mangel scheint die Wiedergabequalität einzelner Bilder innerhalb eines Buches zu sein. Recht häufig hören wir Kritik zur Anonymität, also bei Bedarf keinen direkten Ansprechpartner fragen zu können. Auch mangelnde Reklamationsmöglichkeiten und schleppende Reklamationsabwicklung geben manchmal Anlaß zur Klage. Die Schwächen anderer versuchen wir zu vermeiden und umgekehrt zu unseren Stärken zu machen.

### Das heißt in Ihrer Praxis?

Um bei den genannten Beispielen zu bleiben: wir stimmen mit jedem Vor-Ort-Kunden die Lieferzeit individuell ab, wobei wir uns weitgehend am Wunschtermin des jeweiligen Kunden orientieren. Qualitätsmängeln beugen wir dadurch vor, daß wir jedes Buch – übrigens auch alle Bilder – vor der Ausgabe von vorne bis hinten sorgfältig prüfen. Und zwar sowohl die Bücher, die hier am Terminal bestellt werden, als auch alle, die wir online bekommen. Ist ein Bild unscharf, gibt es Textfehler, ist gar eine weiße Seite im Buch, dann setzen wir uns mit dem Kunden in Verbindung, weisen ihn auf die Auffälligkeiten hin und machen ihm Vorschläge zur Verbesserung. Es ist sinnlos, einem Kunden ein Buch zu produzieren, das ihm nicht gefällt. Das wäre in mehrfacher Hinsicht eine Negativwerbung. Jedem Kunden, der ans Terminal geht, stellen wir unsere obligatorische Einstiegsfrage, ob und wie wir ihm behilflich sein können. Wir sagen ihm, daß er uns bei Bedarf jederzeit – auch zwischendurch – ansprechen kann. Das ist nicht lästig, sondern zweckmäßig, denn alle Sorgfalt vorm Bestellabschluß erleichtert uns die Produktion und führt zu einem Produkt, mit dem der Kunde vollauf zufrieden ist. Eine Reklamation kommt teurer und kratzt obendrein am guten Ruf.



### Welche Art Fotobuch offerieren Sie?

Im Grunde ist jedes Fotobuch ein Unikat und kein Artikel wie etwa ein 10x15-cm-Standardformatbild. Wir bieten unsere Fotobücher in verschiedenen Formaten und Ausführungen an. Ein Qualitätsmerkmal unserer Bücher zeigt sich beispielsweise beim Umschlag. Um ihn vor Fingerabdrücken und Feuchtigkeit zu schützen, laminieren wir ihn mit Transparentfolie. Die Basis bilden eine vergleichsweise einfach gestaltbare, schnell zu erstellende Version und eine qualitativ hochwertige Version, dazwischen erstreckt sich ein variantenreiches Spektrum. Diese Produkte bilden das Gros der von uns gefertigten Fotobücher. Wir sind aber auch für Sonderanfertigungen offen, womit meistens höherer materieller Aufwand und erheblich mehr reine Handarbeit einhergehen.



Unübersehbar zwischen Tresen (links) und Rahmen-/Albenzone (r.) steht ein großer Präsenter mit verschiedenen Fotobuchmustern.



Der Arbeitsbereich zur Weiterverarbeitung von Großformaten, Bildmehrwertprodukten, wie Fotobüchern und Fotobuchumschlägen.



Bogen für Bogen: R. Holdinghausen produziert Fotobuchseiten mit dem Duplexprinter D502.



**Auffallend: der große Schriftzug an der Ladenfront über der Eingangstür.**



**Teilansicht der hauseigenen Preisliste mit einem Ausschnitt des Fotobuchangebots. Zusätzlich zum Basissortiment stellen die Siegener auch kundenspezifische Fotobücher in verschiedensten Ausführungen her.**

**Dein Foto FOTOBUCH**  
Aus Fotos werden Geschichten!

- Ihre Fotos in einem echten Fotobuch!
- Jetzt mit neuester Drucktechnik!
- Noch mehr Schärfe und Brillanz!
- Mit wenigen Klicks gestalten Sie Ihr persönliches Fotobuch an unserem Terminal oder bei Ihnen zu Hause unter [www.foto-sb.de](http://www.foto-sb.de)  
...und nach 45. Minuten ist Ihr Fotobuch schon abholbereit!

| Spiral-Fotobuch       |  |         |
|-----------------------|--|---------|
| 24 Seiten ca. 15x15cm |  | 7,95 €  |
| 24 Seiten ca. 20x20cm |  | 9,95 €  |
| 24 Seiten ca. 20x30cm |  | 14,95 € |
| Softcover-Fotobuch    |  |         |
| 24 Seiten ca. 15x15cm |  | 11,95 € |
| 24 Seiten ca. 20x20cm |  | 15,95 € |
| 24 Seiten ca. 20x30cm |  | 19,95 € |
| Hardcover-Fotobuch    |  |         |
| 24 Seiten ca. 15x15cm |  | 19,95 € |
| 24 Seiten ca. 20x20cm |  | 24,95 € |
| 24 Seiten ca. 20x30cm |  | 29,95 € |

**Foto SB**  
Ihre Bilder in besten Händen!

**FOTO-SB**

Herzlich willkommen Bitte lächeln!

Bilder von Ihrer CD

Farbdruck  
aus Ihren Digitalfotos  
Spezialdruck, UV  
druck mit dem  
eigenen Labor

Standard-Farbdruck  
9 x 15 cm 8 Cent  
10 x 15 cm 10 Cent  
13 x 18 cm 19 Cent

Prämien-Digitaldruck  
10 x 15 cm 10 Cent  
10 x 15 cm 10 Cent  
13 x 18 cm 19 Cent  
15 x 20 cm 28 Cent  
20 x 30 cm 48 Cent

Johann-Moritz-Str. 16  
32282 Siegen  
0271/3037346  
0271/3037348  
[www.foto-sb.de](http://www.foto-sb.de)

Entscheidend ist, daß wir das gewünschte Produkt herstellen können, und daß der Kunde bereit ist, einen angemessenen fairen Preis dafür zu bezahlen. Es ist ja ein wesentliches Merkmal der Eigenfertigung, daß man individuelle Produkte fertigen und zu individuellen Bedingungen liefern kann. Diesbezüglich hat der Selbstverarbeiter alle Freiheit und großen Gestaltungsspielraum.

### Welche Bilder kommen in Fotobücher?

Durchweg solche Motive, die anlaßbezogen aufgenommen worden sind. Das heißt, Fotobücher sind Themenbücher, hauptsächlich zu Urlaub, Familie, Freizeit. Für uns sind Fotobücher von gemeinsamen Reisen, von Vereinsausflügen, Familienchroniken wie auch Jahreschroniken von Vereinen und Institutionen besonders interessant, weil dann nicht ein einzelnes, sondern gleich mehrere identische Fotobücher bestellt werden.

### Wie gezielt bewerben Sie diese Bildprodukte?

Wir werben dafür in unseren Schaufenstern, auf dem Gehweg mit Straßenstoppnern, haben Muster an der Theke, neben den Terminals und an zentraler Stelle im Geschäft in einem Präsenter ausgelegt. Wann immer sich eine Gelegenheit findet, sprechen wir unsere Kunden auf unsere Bildmehrwertprodukte, vor allem auf das Fotobuch, an. Von Zeit zu Zeit werben wir in der regionalen Tageszeitung und auf deren Homepage für unsere Services. Darüber hinaus machen wir die regionalen Unternehmen aus Hand-

werk, Handel, Gastronomie und Industrie sowohl auf unsere Fotobücher als auch auf weitere geeignete Bildprodukte aufmerksam. Dazu suche ich die Kunden gezielt auf und zeige ihnen Muster. Das Fotobuch eignet sich beispielsweise hervorragend als Firmenportrait, als bebilderte Produktübersicht, als Leistungsübersicht. Von Vorteil ist, daß sich Fotobücher jeweils bei Bedarf in kleinen Mengen produzieren, und daß sie sich jederzeit problemlos aktualisieren lassen. Aber dazu muß man das Fotobuch sehen, anfassen, die Vorteile dieses vielfältig einsetzbaren Bildprodukts im konkreten Anwendungsbereich erklären. Mit Mails und Flyern ist diese Klientel nicht zu erreichen, das gelingt nur im persönlichen Gespräch.

### Stellen Sie auch für Kollegen Fotobücher her?

Ja, wir produzieren sie für einige Fotografen. Aber wir erleben auch immer wieder, daß Fotografen wie Fotohändlern das Fotobuch zwar gefällt, daß sie es aber nicht anbieten, weil sie um ihre Bilderumsätze fürchten. Eine solche Abschottung halte ich für riskant, denn sie kann leicht zum Totalverlust dieser Kunden führen. Wer ein Fotobuch haben möchte, läßt sich nicht davon abbringen. Er wird halt im Ort oder im Internet einen Anbieter finden, der ihm das Produkt liefert.

### Wie schätzen Sie die weitere Entwicklung des Fotobuchs ein?

Anders als das Foto ist das Fotobuch ja noch ein vergleichsweise junges Produkt. Gegenüber losen Bildern bietet es unbestreitbar Handhabungsvorteile. Zudem kommt schon ein einfach gestaltetes Fotobuch durchweg gut beim Publikum an. Wir stellen immer wieder fest, daß es Kunden





Geschäft sehen wir ja, mit welchem Engagement Konsumenten am Terminal ihr Exemplar erstellen. Manche Kunden gestehen uns, daß sie selbst überrascht sind, wie viel Freude ihnen das Gestalten des Buches mit den eigenen Bildern bereitet. Mit zunehmender Verbreitung wird das Fotobuch „der“ Renner im Bildergeschäft werden. Sicherlich – leider – zum Teil zu Lasten von 10x15-cm-Standardbildern. Zu einer Verlagerung wird es unter anderem deshalb kommen, weil Kunden erkennen werden, daß sie für den Gesamtpreis, den sie für 80 bis 100 Standardbilder zahlen, auch schon ein einfaches, aber durchaus ansehnliches Fotobuch bekommen können. Ich bin sicher, daß das Fotobuch, wie auch andere Bildsonderprodukte, die sich dank der digitalen Fotografie vergleichsweise leicht herstellen lassen, das Bildergeschäft weiter verändern, aber letztlich verbessern werden.



**Bildschön: die Fotobücher des Siegener Fotohändlers.**

Überwindung kostet, sich ans Fotobuch zu wagen. Aber sobald ihnen das erste gelungen ist, sind sie von dem Produkt überzeugt und machen weitere Fotobücher. Im



**Mit der Fensterabklebung informieren die Siegener ihre Kunden und die Passanten „im Vorbeigehen“ über das große Bilderangebot.**

### Kurzportrait Foto-SB

|   |  |
|---|--|
| <b>Firmenname/-adresse:</b>   | Foto-SB<br>Fürst-Johann-Moritz-Straße 16, 57072 Siegen, Tel.: 0271 / 3 03 73 46<br>Internet: www.foto-sb.de  |
| <b>Gegründet:</b>   | 1979, seit 1985 Selbstverarbeiter  |
| <b>Firmeninhaber:</b>   | Rüdiger Holdinghausen  |
| <b>Betriebsfläche:</b>  | etwa 200 m <sup>2</sup> ebenerdig, davon etwa 20 m <sup>2</sup> Studio, etwa 150 m <sup>2</sup> Verkauf einschließlich etwa 18 m <sup>2</sup> Laborbereich   |
| <b>Lage:</b>  | 1 B, zentrumsnah, gut erreichbar, großer Parkplatz vorm Geschäft   |
| <b>Angebot:</b>   | Digital- u. Analogbild-Selbstverarbeitung; Großformatprinting, Fotomehrwertprodukte einschl. Fotobuch, Paß- und Bewerbungsfotos, Schnellportraits, Rahmen, Alben, Passepartouts, Aufzieharbeiten, Funprodukte, mobile Energie, Filme, begrenzt Hardware  |
| <b>Geräte:</b>  | Fotochem. Minilabgerät, Filmentwicklung, D502-Duplexdrucker, LFP   |
| <b>Kundenstruktur:</b>  | alle Bevölkerungsschichten   |
| <b>Einzugsgebiet:</b>   | Siegen und etwa 50 km Umkreis  |
| <b>Partnerfilialen:</b>   | 2, in Siegen u. Betzdorf   |
| <b>Wettbewerber:</b>  | 1 Fotohändler, div. Bilderanbieter   |
| <b>Beschäftigte:</b>  | 5 (einschl. Inhaber)   |
| <b>Mitgliedschaft:</b>  | keine Koop-Zugehörigkeit   |
| <b>Ort u. Bevölkerung*:</b>   | Wirtschafts-/Strukturdaten Siegen u. Kreis Siegen-Wittgenstein<br>Geographische Lage von Siegen: jeweils 1 Autostunde von Köln/Dortmund/Frankfurt entfernt<br>Einwohner Stadt Siegen: 103.464,<br>Stadtfläche; Einwohner/km <sup>2</sup> : 114,7 km <sup>2</sup> /902<br>Einwohner des Kreises Siegen-Wittgenstein (KSW): 287.357<br>Allgemeine Kaufkraft je Einwohner 2009* in Euro/Einwohner:<br>Stadt Siegen 17.989 €<br>Kreis Siegen-Wittgenstein 18.859 €<br>Kaufkraftindex 2009* je Einwohner* (Bezug Deutschland = 100):<br>Stadt Siegen 94,9<br>Kreis Siegen-Wittgenstein 99,5 |
| <small>* Zahlen 2009 geschätzt<br/>Quellen: Internetseite der Stadt Siegen (www.siegen.de) und Internetseiten der IHK Siegen mit Zahlen der GfK, Nürnberg</small> |  |



Inzwischen hat Sony bereits neun Modelle mit Schwenkpanorama-Funktion in ihrem umfangreichen „Cyber-shot“-Kamerasortiment. Von den damit erstellten Bilddaten können Betreiber aktueller Noritsu-Naß- und -Trockenlabs beeindruckende Panoramabilder herstellen. Wie das möglich ist, erläutert Shigeko Tokunaga-Birnbaum, Marketingleiterin der Noritsu Europa, Willich.

## Weiteres Sonderprodukt: Schwenkpanorama-Bilder

# Sooo groß und sooo schön

Üblicherweise entstehen Panoramabilder durchs teilüberlappende Fotografieren einer Ansicht mit mehreren Einzelaufnahmen. Mit Hilfe entsprechender Software werden die einzelnen Aufnahmen später am Rechner zu einer Panorama-Ansicht zusammengefügt. Bei den digitalen „Cyber-shot“-Kompaktkameras mit Schwenkpanoramafunktion beschreitet Sony einen anderen Weg zum Aufzeichnen von Panoramabildern.

### Auslösen und schwenken

Wie beim Schwenk mit einer Laufbildkamera fährt der (Amateur-)Fotograf das aufzunehmende Motiv, nachdem er einmal kurz den Auslöser gedrückt hat, durchgehend horizontal (waagrecht/bis 270 Grad Bildwinkel) oder vertikal (senkrecht/bis zu 180 Grad Bildwinkel) „ab“. Die maximal möglichen Panoramawinkel werden vom Objektiv des jeweiligen Kameramodells bestimmt. Im Schwenkpanorama-Modus zeichnen diese Kameras dann das Motiv mit einer schnellen Bildfolge (bis zu 30 Bilder mit 10 Einzelbildern pro Sekunde) auf. Aus vielen kleinen „Bildstreifen“ „montiert“

der BIONZ-Prozessor in der Kamera dann in weniger als drei Sekunden automatisch ein durchgehend übergangs- und versatzfreies fertiges Panoramabild. Und zwar als einzelne Datei mit eigenem Dateinamen.

Das Ergebnis ist beeindruckend. Auch das Seitenverhältnis der Aufnahmen kann der Fotograf bestimmen. Im Standardmodus sind es horizontal 40:9, vertikal 16:9. Im Modus für besonders breite, überlange Panoramaaufnahmen sind es horizontal 60:9 und vertikal 32:9. Betrachten kann der Fotoamateur seine Panorama-Aufnahmen auf dem kameraeigenen Monitor, auf PC-Monitoren, Fernsehgeräten oder Panorama-geeigneten digitalen Bilderrahmen. Selbst die Datenübermittlung an Sonys Playstation 3 ist möglich. Die Auflösung der Bilddateien reicht aber auch für eine qualitativ hochwertige Wiedergabe auf Fotopapier oder fototauglichen Tintendruckpapieren aus.



Noritsu  
Shigeko Tokunaga-Birnbaum, Marketingleiterin der Noritsu Europa, betreut im „refocus“-Konzept auch die „Schwenkpanorama“-Aktion.

Drei verschiedenformatige Panorama-Querformate können Fotohändler mit der passenden Noritsu-Technik vor Ort ausarbeiten: im Bild (unten) die verkleinerte Abbildung des 203x914 mm messenden Standard-Querformats. Bei den weiteren handelt es sich um sogenannte überlange Querformate.



Sweep  
Panorama

die verkleinerte  
Abbildung des  
203x914 mm  
messenden Stan-

standard-Querformats. Bei den weiteren handelt es sich um sogenannte überlange Querformate.





# Sweep Panorama



space for photos.  
space for experiences.

Sony Cyber-shot



00 x 00 cm  
xx,xx C



Panorama posters: Pictures in size up to 127 x 840 mm, 203 x 520 mm.

Cyber-shot



NORITSU

Abb.: NKC

**Teilnehmende Fotohändler mit Noritsu-Equipment können von den Willichern ein Plakat zur Werbung für Schwenkpanoramabilder bekommen.**

Papier bringen. Betreiber aktueller voll-digitaler Noritsu-Ausarbeitungsgeräte können die Schwenkpanoramabilder, die mit entsprechenden Sony-Sucherkameras aufgenommen worden sind, ebenso wie herkömmliche Digitalbilder ausarbeiten. Tauglich sind die Geräteserien QSS-32/-32PRO, -34/-34PRO, -37/-37HD. Die maximale Schrittlänge von Modellen der Serien QSS-35 und -35 Plus endet bei 610 mm. Mit optionalem Zubehör ist sie aber auf bis zu 914 mm erweiterbar, so daß auch die 35er ohne Einschränkungen alle Schwenkpanorama-Prints fertigen können. Auch die Noritsu-Trockenlabs D701 und D703, die serienmäßig einen maximalen Papiervorschub von 914 mm

schaffen, eignen sich zur Ausgabe der Schwenkpanoramabilder. Ob Naßmaschine oder Tintenstrahlabb, zur Produktion der Panoramaprints sind vom Gerätebediener lediglich entsprechende Printkanäle anzulegen. Insgesamt fünf verschiedene Formate stehen zur Wahl, drei für querformatige, zwei für hochformatige Panoramabilder. Das Standard-Querformat mißt 203x914 mm (8x36 Zoll), das Standard-Hochformat 203x361 mm (8x14 Zoll). Ein überlanges Querformat ist 152x914 mm (6x36 Zoll) groß, ein weiteres hat die Maße 203x914 mm. Auch vom hochformatigen Panorama gibt es ein überlanges Papierbild im Format 203x520 mm (8x20 Zoll). An Papierbreite beziehungsweise maximale Schrittlänge gebunden, sind je nach Bildformat unterschiedliche – geringe bis deutliche – Motivanschnitte unumgänglich, was die Attraktivität der Panoramaprints aber keineswegs schmälert. Nur, für den Fotofachhändler ist es wichtig zu wissen, daß es bei den Schwenkpanoramabildern je nach Ausgabemedium (Bildschirmansicht, Papierbild) Abweichungen bei der Darstellung gibt.

### Echter „Mehrwert“-Kontakt

Noch ein wenig anders, als bei Digitalbildern üblich, verläuft die Auftragsannahme. Anstelle der SB-Bestellung durch den Verbraucher am Kundenterminal wird der Fotohändler diese Aufträge leicht „manuell“ annehmen. Dazu stellen die Willi-



Abb.: Sony

**Die „Sony Cyber-shot“-Kompaktkameras DSC-W350, DSC-W380, DSC-WX1, DSC-TX1, DSC-TX5, DSC-TX7, DSC-HX1, DSC-H55 und DSC-HX5V – im Bild die HX1 – sind mit Schwenkpanorama-Funktion ausgestattet. Von den entsprechenden Bilddateien können Betreiber aktueller Noritsu-Labs große Panoramabilder herstellen.**



Abb.: NKC/Sony



**Auch die beiden Hochformate gibt es in Standard- und überlanger Ausführung. Die Abbildung zeigt das überlange Bild, dessen Ausgabeformat 203x520 mm mißt.**

cher als Vorlage ein geeignetes Bestellformular zur Verfügung, das der Händler am besten gemeinsam mit dem Kunden ausfüllt. Auch die Bilddaten der entsprechenden Panoramabilddateien liest der Händler an einem PC oder direkt am Arbeitsplatz des Minilabgeräts (EZ Controller) beziehungsweise des Trockenlabes zusammen mit dem Kunden ein. Dann kann der Händler sein Gegenüber auf die verschiedenen Formate und Ausführungen, beispielsweise ungerahmt, gerahmt, aufgezogen auf Leichtschaumplatte, aufmerksam machen, und der Kunde kann seiner Auswahl gleich die passenden Bilddateien zuordnen.



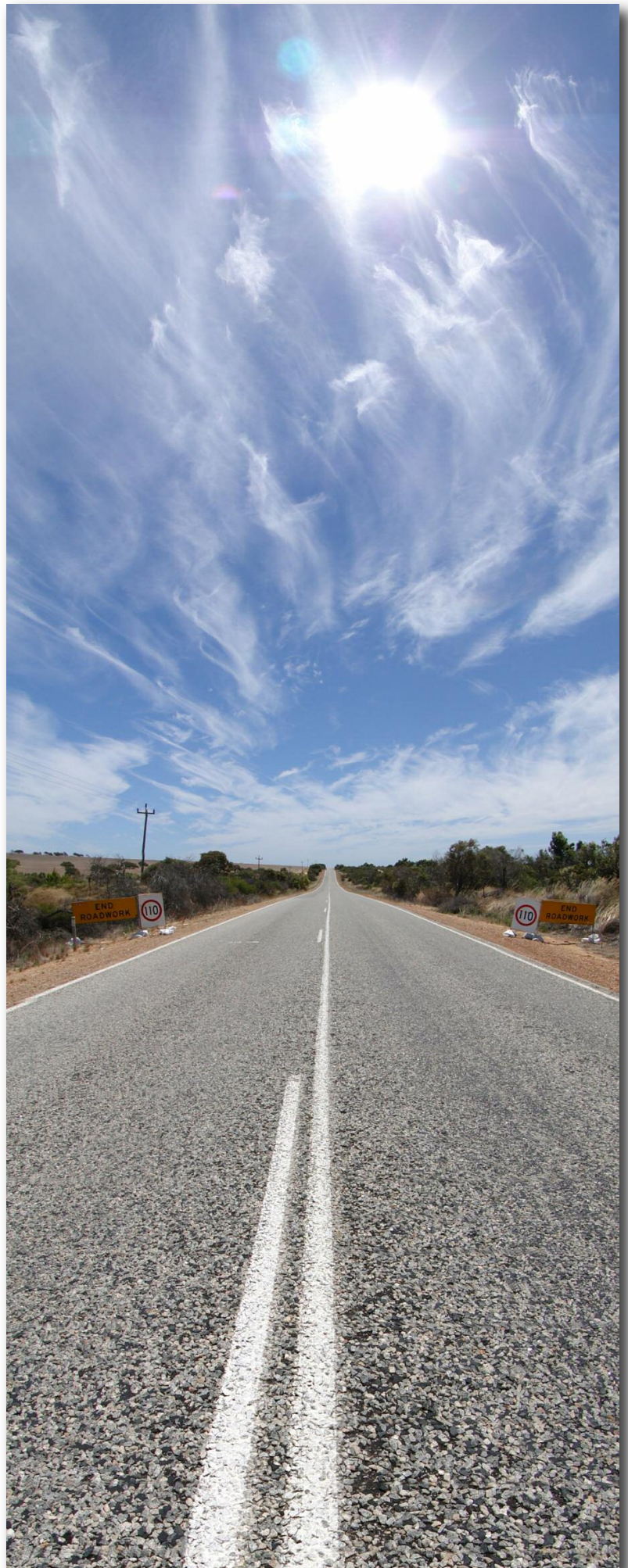
**Sweep  
Panorama**

Diese Vorgehensweise ist nicht nur fachhandeltypisch kundenfreundlich,

sie erleichtert auch die korrekte Auftragsabwicklung und bietet gute Chancen, zu den Panoramabildern mehr zu verkaufen. Im Rahmen des „refocus“-Konzeptes bietet Noritsu den teilnehmenden Fotohändlern verkaufsunterstützend eine Datei zur Ausgabe eines A1-Plakates, identisch gestalteter 10x15-cm-Flyer sowie eine Datei mit Musterbildern an.

### Registrieren und mitmachen

Fotohändler mit entsprechendem Noritsu-Equipment hat Noritsu angeschrieben und sie auf diese zusätzliche Ausarbeitungsmöglichkeit aufmerksam gemacht. Wer mitmachen möchte, kann sich – auch weiterhin – jederzeit bei Noritsu melden. Über den Link [www.noritsu.de/de](http://www.noritsu.de/de) gelangt man zu einem Anmeldeformular. Zusätzlich zu Firmenangaben seines Geschäfts wird der Händler in einer weiteren Maske nicht nur das Symbol für die Panoramabildfertigung, sondern – sinnvollerweise – alle Bilddienstleistungen seines Ausarbeitungsspektrums anklicken. Er wird in die Liste der Händler aufgenommen, die auch Schwenkpanoramabilder ausarbeiten können, und über die erfolgreiche Registrierung informiert. Damit erscheint er in der Liste der Bilder-Anbieter, die auf der Noritsu-Homepage zu finden ist. Zur kompletten Firmenadresse des jeweiligen Fotohändlers kann auch noch ein Bild vom Geschäft des Anbieters eingeblendet werden. Mit der Registrierungsbestätigung von Noritsu erhalten die Händler per E-Mail neben einem Ablaufplan mit Angaben zum Einrichten der entsprechenden Printkanäle auch eine Datei des Auftragsformulars zur Annahme von Schwenkpanorama-Aufträgen, ferner die Werbemittel- und Musterbilddateien sowie weitere nützliche Vermarktungshinweise für Schwenkpanoramabilder. Mit dem Bilderangebot erweitert der Fotohändler sein Sortiment im interessanten Bildmehrwertprodukte-Segment, er stärkt seine Kompetenz, hebt sich von Mitbewerbern im Bildergeschäft ab und schenkt Kunden, vorhanden wie neuen, mehr Freude am Fotografieren und an exzellenten Papierbildern.







# einzigartiger duplexprinter. einzigartiger photoservice.



Der neue NORITSU-Duplexprinter D502 wird Ihr Bildgeschäft revolutionieren – durch ausgezeichnete beidseitig bedruckte Photoprodukte.

Mit seinen beeindruckenden Duplex-Fähigkeiten sorgt der neue Duplexprinter NORITSU D502 für Begeisterung auf allen Seiten. Denn er bedruckt Photobücher, Grußkarten, Photokalender und Visitenkarten vollautomatisch beidseitig mit höchster Bildqualität. Und zwar äußerst schnell: Die innovative „Reverse Unit“, die das Papier automatisch dreht, reduziert Ihren Arbeitsaufwand erheblich – oft können Sie Ihren Kunden die fertigen Produkte noch am gleichen Tag überreichen. Der D502 überzeugt mit vielen weiteren Vorteilen:

- geringer Platzbedarf – 0,34 m<sup>2</sup>
- flexible Aufstellmöglichkeiten
- einfacher Papierwechsel
- chemiefreier Druckprozess

Erhöhen Sie jetzt Ihren Umsatz durch ausgezeichneten Mehrwert-Photoservice mit dem NORITSU D502.



Für weitere Informationen über die NORITSU Produkte wenden Sie sich einfach direkt an uns – unter + 49 (0) 21 54. 91 57- 0 oder per E-Mail: [info@noritsu.de](mailto:info@noritsu.de) | [www.noritsu.de](http://www.noritsu.de)

# NORITSU

Die höhere Auflösung der 37HD-Geräte ist auch bei kleinerformatigen Bildern von Vorteil.



2 Abb.: NKC

## Exzellente Bild-Ergebnisse mit 640 dpi Auflösung Haarfein und detailgetreu

Den kritischen Augen von Profis entgeht nichts. Sie erfassen jedes noch so kleine Bilddetail und sehen, wie exakt es im Foto wiedergegeben worden ist. Diesbezüglich stellt Noritsu 37er HD-Geräteserie – bestehend aus den fünf Modellen QSS-3701HD bis QSS-3705HD – mit einer Auflösung von 640 dpi das Maß aller Dinge dar.

Was es mit der hohen Auflösung auf sich hat und worauf beim Ausarbeiten zu achten ist, erläutert Noritsu-Produktmanager Frank Lang.

### Vier Ausgabe-Parameter

Bis auf Noritsu Top-Serie arbeiten alle Minilabgeräte mit einer maximalen Auflösung von 300 bis 320 dpi. Diese Werte reichen durchweg für gute bis sehr gute Bildqualität aus. Bei kritischen, besonders fein strukturierten Motiven, bei Spezialanwendungen, und wenn es um eine technisch bestmögliche Bildwiedergabe geht, ist die höhere Auflösung durchaus von Vorteil. Selbst wenn sie für die Bildwiedergabe einmal nicht zwingend erforderlich ist, so schadet sie doch keinesfalls. Diese Überlegung machten sich die Noritsu-Konstrukteure zu eigen, so daß die 37er HD-Modelle generell jedes Foto mit einer Auflösung von 640 dpi und 12 Bit Farbtiefe ausgeben. Und zwar unabhängig vom Bildformat, also übers gesamte Ausarbeitungsspektrum von 9x9 cm (89x89 mm)



Frank Lang,  
Produktmanager,  
Noritsu, Willich.

bis 30x91 cm (305x914 mm). Damit stellt sich zwangsläufig die Frage nach Auflösung, Farbtiefe und Datenmenge der einzugebenden Bilddaten. Prinzipiell gilt, daß für Top-Ausgabe-Ergebnisse auch Top-Bilddateien erforderlich sind. Von einer Minidatei mit 72 dpi Auflösung kann auch ein 37er HD kein qualitativ hochwertiges, detailreiches Großfoto liefern. Gleichwohl gelten für die Eingangsdateien technisch wie qualitativ sinnvolle Maximalbeschränkungen. Schließlich sollen selbst große Dateien zügig „verarbeitet“ werden,

ohne die Ausarbeitungsleistung massiv zu beeinträchtigen. Deshalb bieten die 37er HD-Geräte die Möglichkeit einer sinnvoll abgestuften Verarbeitung. So kann der Betreiber am „EZ Controller“, dem Arbeitsplatz der 37er, für jede Bildgröße oder bestimmte Bildformate Printkanäle mit bis zu vier verschiedenen „Ausgabe“-Parametern anlegen:

- 320 dpi, 8 Bit Farbtiefe,
- 320 dpi, 12 Bit Farbtiefe,
- 640 dpi, 8 Bit Farbtiefe,
- 640 dpi, 12 Bit Farbtiefe.

Zur Erinnerung: 8 Bit Farbtiefe entsprechen 256 Farbabstufungen (2 hoch 8), 12 Bit Farbtiefe 4.096 Farbabstufungen (2 hoch 12). Schon dieser Zahlenvergleich macht deutlich, daß die höhere Farbtiefe eine viel feinere Darstellung von Farben gewährleistet.

### Große Datenmengen

Unabhängig davon, welche Ausgabeparameter der Minilab-Bediener bestimmt, der Laser in den 37er HD-Modellen arbeitet grundsätzlich mit 640 dpi und 12 Bit Farbtiefe. Folglich werden Bilddaten, die mit niedrigeren Ausgabeparametern eingegeben wurden, für die Ausgabe automatisch entsprechend – das heißt rechnerisch – angepaßt. Daß die Abstufungen dennoch sinnvoll sind, belegen die unterschiedlichen Ausarbeitungsleistungen. Je nach vorgewähltem Ausgabe-Parameter ist der Bilder-Ausstoß höher oder niedriger. Schließlich muß das System aus „EZ Controller“ und 37HD-Gerät größere oder kleinere Datenmengen berechnen und verarbeiten, was die Ausgabeleistung beeinflusst. In welchem Umfang, das machen die Nennwerte pro Stunde für 10x15-cm-





Fotos am Beispiel eines QSS-3704HD deutlich (bei Eingabe über „EZ Controller“ IV):

320 dpi/ 8 /12 Bit 2.000 / 1.750 Fotos/h  
640 dpi/ 8 /12 Bit 1.300 / 700 Fotos/h

Demnach ist es durchaus sinnvoll, die Vorauswahl nach der gewünschten Bildqualität und/oder nach der notwendigen Ausarbeitungsleistung zu treffen. Wie zuvor bereits erwähnt, spielt sowohl bei der Wahl der geeigneten Ausgabeparameter als auch der Ausgabeformate die Datenmenge der vorliegenden Bilddateien eine gewichtige Rolle. Am Beispiel eines 10x15-cm- und eines 20x30-cm-Bildes wird der unterschiedlich große „Datenbedarf“ in Pixel bei 320 beziehungsweise 640 dpi deutlich:

**10x15 cm:**

320 dpi / 1.280x1.920 = 2,46 Mio. Pixel  
640 dpi / 2.560x3.840 = 9,83 Mio. Pixel

**20x30 cm:**

320 dpi / 2.560x3.840 = 9,83 Mio. Pixel  
640 dpi / 5.120x7.680 = 39,32 Mio. Pixel

Stimmt die Datenmenge der Bilddatei derart mit dem Ausgabeformat und der Auflösung überein, kann man von einer „1:1-Wiedergabe“ sprechen. Weicht die Datenmenge nach oben oder unten ab, nimmt das System eine rechnerische Angleichung vor. Sie ist auch unumgänglich, wenn die Obergrenze der einlesbaren Dateigrößen erreicht ist. Bei Ausgabe mit 320 dpi benötigt die Bilddatei für ein 305x914 mm großes Panoramafoto rechnerisch 44,2 Mio. Pixel. Bei 640 dpi wächst das rechnerische Datenvolumen der Bilddatei bereits auf riesige 176,9 Millionen Pixel an.

Hier greift die schon erwähnte Maximalbeschränkung des Systems. Für Bitmap-Dateien gilt eine Obergrenze von 250 Mio. Pixel (10.000x25.000 Pixel). JPEG-, TIFF- und RAW-Dateien liest der „EZ Controller“ bis maximal 55,91 Mio. Pixel (5.120x10.920 Pixel) ein.



Abb.: NKC

**Fazit**

Die 37er HD-Geräte eignen sich keineswegs nur für die Ausgabe qualitativ hochwertiger Großbilder. Vielmehr kommt die hohe Auflösung von 640 dpi auch der detailgetreuen, feingliedrigen Wiedergabe kleinerformatiger Fotos zugute. Zudem bietet die Modellpalette fünf unterschiedlich leistungsstarke Ausführungen. Somit eignen sich die Geräte sowohl für die Produktion von Fotos höchster Qualität als auch für die Mengenfertigung hochwertiger Bilder.



Abb.: NKC

**Die 37er HD-Geräte sind die einzigen Minilabs, die eine Auflösung von 640 dpi schaffen. Sie produzieren detailreiche und farblich fein abgestufte Bilder in allerbesten Foto-Qualität.**







Großflächige Werbung im Heidelberger Tagungshotel (l.). Eingang zur europa-foto-Messe in Wiesbaden (r.).



Alle Abb.: fe

Am 17. und 18. Mai 2010 kamen 230 Personen zur 65. Gesellschafterversammlung der Kooperation nach Heidelberg. Mit den 2009er Ergebnissen sehr wohl zufrieden, segneten die Gesellschafter auch eine Beteiligung ihrer Kooperation an der di support GmbH ab. Nur knapp drei Wochen zuvor, am 28. April 2010, suchten rund 200 Fotohändler die 90 Aussteller der europa-foto-Einkaufsmesse in Wiesbaden auf.

europa-foto-Messe und -Gesellschafterversammlung

# Alles bestens

Die europa foto hat sich 2009 wacker geschlagen. „Wir waren, wir sind und wir bleiben das erfolgreiche starke Fotogemeinschaftsunternehmen. Das wird auch von den Industriepartnern so gesehen“, versicherte Robert-Alexander Rutten, Vorsitzender des Verwaltungsrates, bei der Eröffnung der Gesellschafterversammlung.

### Gut im alten, stark im neuen Jahr

Auch Robby Kreft, der im April 2010 sein Zehnjähriges als Geschäftsführer der europa foto feiern konnte, nannte bei der Begrüßungsansprache einige Eckpunkte zur Entwicklung und der Situation der Kooperation. Demnach ist die Gruppenstruktur durch

den Weggang von zwei großen Mitgliedern homogener geworden, was sich positiv auswirke. Zudem ist die Kooperation 2009 um 15 neue Mitglieder mit insgesamt 83 Filialen, darunter der Ravensburger Fotoversand, gewachsen. Die angemietete Fläche des Außenlagers wurde verdoppelt, weil das Lagergeschäft stetig wächst. Gleichwohl haben die Eschborner „die Kosten voll im Griff“. Als größte und aufwendigste Neuerung bezeichnete R. Kreft 2009 die Einführung des „sPrint“-Systems, mit dem europa foto inzwischen nicht nur in der Fotobranche, sondern auch in anderen Branchen Furore mache. „Fulminant“ war der Start ins laufende Jahr. Im ersten Quartal 2010 erzielten die Eschborner gegenüber dem Vergleichszeitraum 2009 im Lager und in der



Erster Redner

Klaus Kobjoll ist Unternehmer und Chef aus Leidenschaft. Am ersten Tag stimmte er die angereisten Händler auf „Wa(h)re Herzlichkeit“ ein.

Strecke ein Umsatzplus von insgesamt über 5 Mio. Euro. Dabei fällt der Anteil des Lagergeschäfts mit einem Plus von 59,4 Prozent deutlich auf, was die wachsende Bedeutung des europa-foto-Lagers unterstreicht. Zudem speist der „sehr gute Verlauf der Frühjahrmesse“ die Zuversicht der Zentrale wie der Mitglieder auf ein rundum gutes Jahr. Auch wegen der diesjährigen photokina geht Robby Kreft davon aus, daß 2010 für die Gruppe noch besser als 2009 ausfallen wird.

### Mehrwert durch Bündelung

Naturgemäß stehen bei einer Gesellschafterversammlung die Zahlen des Vor-



Robby Kreft, Geschäftsführer der europa foto, steht bereits im elften Jahr an der Spitze der Eschborner Kooperation.



Robert-Alexander Rutten, Vorsitzender des europa-foto-Verwaltungsrates, eröffnete die 65. Gesellschafterversammlung der Fotoco im Heidelberger Marriott-Hotel.



jahres im Fokus. So erzielte die Zentrale 2009 mit 184 Mio. Euro Gesamtumsatz gegenüber dem Vorjahr mit – bereinigt – 178 Mio. Euro ein Plus von 3,4 Prozent. Der Vermittlungsumsatz ging von – bereinigt – 122 Mio. Euro in 2008 auf 109 Mio. Euro um 10,7 Prozent zurück. Allerdings legte die Kooperation 2009 beim Lagerumsatz von – bereinigt – 56 Mio. Euro in 2008 um 34 Prozent auf 75 Mio. Euro zu. Digitale Kompaktkameras erzielten im Lager 2009 (zu 2008) wertmäßig ein Plus von 20 Prozent, das DSLR-Segment von 18 Prozent, Objektiv von 62 Prozent. Der insgesamt stattliche Zuwachs im Lagergeschäft macht eine Entwicklung deutlich, die R. Kreft mit dem Begriff „Bündelung“ beschreibt. „Unsere Industriepartner und wir als Kooperation profitieren davon, daß die Industrie große Warenmengen zentral an unser Lager liefert, anstatt kleine Einzellieferungen an jeden einzelnen Händler vornehmen zu müssen. Die Weiterverteilung an unsere Mitgliedsbetriebe übernehmen wir.“



logistischen Vorteil gesellt sich ein entscheidender Einkaufsvorteil.

Durch die Bündelung beziehen die Eschborner jeweils große Warenmengen, „und zwar zu derart günstigen Einkaufskonditionen, wie sie selbst sehr umsatzstarke Fotohändler nicht bekommen“, bekräftigte Robby Kreft.

Der ausgeschüttete Gesamtertrag, der sich aus dem Bilanzgewinn und der Gewinnausschüttung an die Mitglieder zusammensetzt, belief sich auf 5,303 Mio. Euro. Gegenüber dem 2008er Wert ging er um 717.000 Euro (-11,9 %) zurück. „Allerdings“, betonte R. Kreft, „haben wir dafür auch viel Geld gespart, das den Ausgeschiedenen zugeflossen wäre, so daß die



aktuelle 2009er Ausschüttung für die verbliebenen Mitglieder gestiegen ist.“ Das belegt auch die Renditesteigerung von 2,65 Prozent in 2008 auf 2,87 Prozent des Umsatzes in 2009. Ein weiterer Wert ist die Lagergewinnausschüttung. Auf die Umsätze, die die Mitglieder mit dem Eschborner Lager 2009 gemacht haben, erhielten sie pauschal 3,2 Prozent. Im Vorjahr waren es 3,17 Prozent. Im Lieferantenranking liegt Canon vor Nikon, Panasonic und Sony, wobei europafoto mit den drei erstgenannten 2009 mehr, mit Sony etwas weniger Umsatz als 2008 gemacht hat. Ungeachtet dessen ist das Gros der Mitglieder der Empfehlung der Zentrale gefolgt und hat den Sony-Liefervertrag unterschrieben.

### Wandel im Bildergeschäft

Um etwa 1 Mio. Euro, nämlich von gut 4 Mio. Euro auf etwa 3 Mio. Euro, ist der Laborumsatz in 2009 zum Vorjahr abermals um rund 25 Prozent gesunken, was



**Jenseits der Standardformate tragen vor allem Bildmehrwertprodukte zu einem guten Bildergeschäft bei.**



**Bestandteil der Warenpräsentation war natürlich auch Panasonics Lumix-G-System.**



**Die europafoto-Werbung greift auch aktuelle Themen, wie die bevorstehende Fußball-WM, auf.**



**Viele, viele bunte ...: Digitale Kompaktkameras gehören einfach ins Sortiment eines Fotofachhändlers.**

**In einem großen Raum neben dem Tagungsraum widmeten sich die Händler in Heidelberg der Warenpräsentation.**



**Uwe Paul, Verkaufsdirektor (l.), und Werner Graf, Geschäftsführer der deutschen Panasonic (r.), stellten in ihren Vorträgen das Unternehmen und dessen Fotoprogramm vor.**

**Professor Rolf Nobel, Fachhochschule Hannover, Fachbereich Fotografie, ging in seinem bebilderten Vortrag auf die Reportagefotografie mit dem Lumix-G-System ein.**



satz und positive Zahlen im Bildergeschäft. „Früher mußte der Konsument für ein Billigbild zu dm oder zu Schlecker gehen, heute bekommt er es bei unserem Händler. Und der kann ihn entsprechend beraten.“ Derzeit bestehen noch 97 Prozent aller „sPrint“-Aufträge aus Bildern in den bekannten Standardformaten. Damit erzielen die Händler



**Die Einkaufsmessen bieten die Möglichkeiten zum persönlichen Austausch der Händler mit den Lieferanten – im Bild der Sony-Stand.**

auch und vor allem angesichts des eigenen „sPrint“-Konzepts nicht verwundert. Bis 2009 war der Fachhandel nach Ansicht des Kooperationschefs der Margenbringer für die Großlabore. Alternativ seien die Händler immer noch gut genug dazu gewesen, den Finishern Adressen zu liefern. Ferner hätte jeder Händler seine individuelle Lösung fürs Bildergeschäft gepflegt. Mit dem Ergebnis, daß das Bildergeschäft im Fachhandel weiterhin massiv zurückgegangen sei. Als Konsequenz hat europa foto das „sPrint“-Konzept entwickelt und bei den Mit-



gliedern installiert. Bezahlte der Fotofachhändler zuvor bis zu 13 Cent für ein 10x15-cm-Bild an sein Großlabor, kostet es ihn heute als „sPrint“ gerade einmal 4,6 Cent. Allein aus kaufmännischer Sicht hält Robby Kreft die Nutzung des kooperations-eigenen Bilderkonzepts für sinnvoll und nannte zur Untermauerung weitere Fakten. So wisse man heute definitiv, daß das 9-Cent-Bild kein Minilabbild massakriere. Vielmehr verzeichneten die Händler, die ein Minilab betrieben und das 9-Cent-Bild anböten, wieder Mehrum-

einen Umsatzanteil von 49,8 Prozent. „Diese Werte zeigen, daß viele Mitglieder noch zu sehr in 10x15-cm-Bildern denken“, schlußfolgte Robby Kreft. Ganz anders ist das Verhältnis bei Fotoleinwandprodukten. Da werden mit 0,37 Prozent Quantität beachtliche 13 Prozent des Bilderumsatzes erzielt. Oder mit 1,28 Prozent Foto-Geschenkartikeln 14 Prozent des Umsatzes. Das für die Branche so wichtige Fotobuch weist im „sPrint“-Segment bei einem quantitativen

Anteil von 0,33 Prozent (aller „sPrint“-Fotoarbeiten) einen Umsatzanteil von knapp 7 Prozent aus. „Mit dem Aufkommen sind wir noch längst nicht zufrieden, aber das Produkt geht erst ‚online‘ wirklich gut. Unsere neue Online-Bestellsoftware ‚europa foto@home‘ ist aber erst seit ein paar Wochen bei den Händlern im Einsatz.“ Mit steigender Tendenz gehen derzeit pro Tag durchschnittlich 200 Aufträge übers Internet ein. Deutlich gestiegen ist auch der Auftragswert pro „sPrint“-Fotoarbeit. Lag er im September 2009 noch bei 6,54 Euro, beträgt er nun mit 15,71 Euro deutlich mehr als das Doppelte. „Die Händler



**Fotohändler der Eschborner Kooperation können die spezielle AmEx-Business-Karte zum Bezahlen von Lieferantenrechnungen nutzen und genießen so ein 58tägiges Zahlungsziel.**

**Gut gelaunt: Fotohändler Klaus Bothe (2.v.r.), und Mitarbeiterin Gabriele Limbrunner, Einkauf/Finanzen (2.v.l.), beide von Isarfoto, Icking, beim Messe-Rundgang in Wiesbaden.**





**Verschiedene Printer für verschiedene Anwendungen.**



müssen den Wandel im Bildergeschäft verinnerlichen und praktisch vollziehen. Das bedeutet, weg vom Standardprint, hin zu den Mehrwertprodukten, denn nur sie bringen die Umsätze und den Ertrag. Bei den Mitgliedern, die schon die volle Selbstbedienung haben, entwickelt sich das ‚neue Bildergeschäft‘ bereits sehr gut“, versicherte R. Kreft.

**Minderheitsbeteiligung von 25,1%**

Derzeit sind über 500 „sPrint“-Systeme bei Händlern im Einsatz. Darüber können, unter Berücksichtigung aller Varianten und Formate, 2000 Artikel geordert werden. Für einen möglichst reibungslosen Ablauf haben di support und die Eschborner nach eigenem Bekunden innerhalb der einjährigen Laufzeit denn auch viel unternommen. So wurden diverse Systemmängel behoben, viele Wünsche der Händler aufgegriffen und umgesetzt, die Hotline in Eschborn etabliert. Seit gut zwei Monaten arbeitet man mit neuen Lieferanten zusammen, was zur angestrebten Qualitätsverbesserung geführt hat. 90 Prozent der Bildprodukte erhalten die Händler versandkostenfrei. Zudem kümmert sich ein „sPrint“-Außendienstmitarbeiter bei den Händlern vor Ort um Information, Beratung, Problembeseitigung und die Systemoptimierung.

Zu „sPrint“ gibt es ein komplettes Marketingkonzept, wozu auch Online-Werbung kommen wird. Derzeit sammeln die Eschborner Internetadressen von Konsumenten, die damit einverstanden sind, übers Netz Werbung Ihres Fotohändlers zu bekommen. Im Juni werden rund 500.000 E-Mail-Adressen vorliegen. Diese Verbraucher wird die Zentrale im und mit Namen des jeweiligen Mitgliedshändlers regelmäßig zentral mit Werbepostkarten beschicken. „Es kann“, appellierte Robby Kreft in Heidelberg an die Mitglieder, „für Sie auf Dauer nur ein System im Geschäft geben, das kann nur ‚sPrint‘ sein.“

Damit nicht genug. Wie sehr der Kooperation das eigene Bilderkonzept am Herzen liegt, macht eine 25,1prozentige Minderheitsbeteiligung der Fotoco an der Firma di support deutlich. Primärziel des Sperrminoritätserwerbs ist die langfristig gesicherte Zusammenarbeit. „Damit eu-



Abb.: J. Nitsche

**„Star-Geiger“ David Garrett wußte – wie stets – auch das europa-foto-Publikum zu begeistern.**

ropa foto nicht mal zu einem zweitrangigen Kunden bei di support wird, weil beispielsweise ein Industriekunde mit einem Großauftrag eine gewichtigere Position einnimmt. Ebenso kann europa foto dank der Sperrminorität einen Verkauf von di support an ein anderes Unternehmen verhindern“, begründete Robby Kreft. Zwar hätte der Verwaltungsrat nach den Statuten der europa foto die Beteiligungsentscheidung allein treffen können, doch wegen der Tragweite ließ man in Heidelberg alle Gesellschafter darüber abstimmen. Das Votum fiel mit 94 Prozent Zustimmung denn auch eindeutig aus. Um den Mitgliedern die Entscheidung zu erleichtern, hatte sich die Zentrale zuvor von ihrer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft ein Unternehmensgutachten von di support erstellen sowie die Solidität der jungen Firma testen lassen. Ferner hatten die europa-foto-Gesellschafter in Heidelberg Gelegenheit, Einblick in die ausgelegten

Bilanzen über di support zu nehmen. Alle weiteren Beschlüsse, die an diesem Tag zur Abstimmung standen, wurden einstimmig von den Gesellschaftern gefaßt. Derzeit gehören der Kooperation 220 Einzelhandelsunternehmen mit knapp 500 Verkaufsstellen an.

**Charmante Verführung**

Als erster Gastredner sprach der Unternehmer Klaus Kobjoll über „Wa(h)re Herzlichkeit“. In dem kurzweiligen Vortrag zeigte der agile Unternehmer anhand vieler Beispiele auf, daß nur engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch hohe Servicequalität be-



**Gegen 18 Uhr warteten die europa-foto-Händler vorm Eingang des Tagungshotels auf die Busse, die sie zur Abendveranstaltung brachten.**



Abb.: europa foto



**Noritsu stellte auf ihrem Stand den neuen Duplexdrucker D1005 vor. Im Bild: Alexander Kopp (r.), Vertriebsrepräsentant Süd.**





Abseits des Canon-Standes wurden die „Large format printer“ gezeigt.



Am europa-foto-Stand wurde auch die kooperations-eigene Werbung präsentiert.



Nicht nur Berlin, auch Nikons Coolpix ist augenscheinlich „sexy“.



Im europa-foto-Lagergeschäft legen digitale SLR-Kameras und Objektive 2009 zum Vorjahr wertmäßig abermals kräftig zu.

geisterte Kunden schaffen. Eine seiner Thesen lautet: „Die Stimmung in einem Unternehmen ist wichtiger als jedes Wissen oder Kapital.“ Mitarbeiter seien Botschafter des Unternehmens. Um Kunden nicht nur zufriedenzustellen, sondern zu begeistern, bedürfe es begeisterter Mitarbeiter. Das gelte für jeden einzelnen wie die Gesamtheit der Belegschaft. So formiere sich die kundengewinnende „Herzlichkeit des Teams“. Dazu gehört selbstverständlich der Dialog mit jedem Kunden und das Detailwissen über Stammkunden, das man nutzt, um diese wichtige Klientel besonders „zu verwöhnen“. Ein Rat (von etlichen) ans Plenum: „Arbeiten Sie an den Details. Menschen wollen auf charmante Weise verführt werden.“ Kobjoll ist stets hellwach und zielorientiert, denn: „Der Zufall bevorzugt den vorbereiteten Geist.“



Für Panasonic Deutschland, Sponsor der Abendveranstaltung, stellten deren Geschäftsführer Werner Graf und Uwe Paul, Sales Director Consumer Electronics, das Unternehmen und das Lumix-G-System vor. Auf die Reportagefotografie mit letzterem ging anschließend Prof. Rolf Nobel von der Fachhochschule Hannover ausführlich ein. Um 18 Uhr ging's zur „Venezianischen Nacht“ ins Heidelberger Schloß. Dort begeisterte David Garrett mit seiner Violine das Publikum. Der zweite Veranstaltungstag begann mit dem aktuellen Vortrag „Die Eigenkapital-Lüge“ von Günter Alt-  
haus, Vorstandsvorsitzender der Ariston-Nord-West-Ring

eG und Mitglied der DZG Bank. Darin verriet der Banker, wie Fotohändler selbstbewußter über günstige Kredite verhandeln können. Anschließend stellte Hirako Satake, Product Managerin Digital Still Cameras-Lumix Panasonic Deutschland, den Anwesenden in ihrem Referat unter anderem die Kommunikationsstrategie zum sowie die Handelsunterstützung fürs Lumix-G-System vor.

**Interessante AmEx-Karte**

Bereits in Wiesbaden machte R. Kreft auf eine spezielle „Business-Karte“ von American Express aufmerksam, mit der die Händler bei europa foto oder der Industrie Lieferantenrechnungen begleichen können. Die Zahlung ist bei American Express erst nach 58 Tagen fällig. Plus dem 30tägigen Zahlungsziel, das europa foto ihren Händlern beim Einkauf im eigenen Zentrallager gewährt, verfügt der Händler beim Einkauf mit 88 Tagen über ein knapp dreimonatiges Zahlungsziel. Die Gebühr für das „XXL“-Zahlungsziel entspricht nach Angaben von Robby Kreft aufs Jahr gerechnet in etwa der für einen sehr preiswerten Kontokorrentkredit. Obendrein bekommt der Händler bei jedem Einkauf mit der American-Express-Karte pro Euro einen Bonuspunkt beziehungsweise eine Meile. Diese sind bereits pauschal versteuert, so daß der Händler gesammelte Punkte/Meilen für weitere Firmeneinkäufe nutzen kann. Natürlich ist die American-Express-Karte wie eine normale Kreditkarte auch international einsetzbar. Abschließend noch der Hinweis, daß die diesjährige Herbstmesse der Kooperation – wie stets in photokina-Jahren – vom **21. bis 26. September 2010** auf dem photokina-Stand der europa foto (Halle 2.1, Gang E 13) stattfinden wird.



Das 9-Cent-Bild zieht Bilderkunden ins Geschäft und „massakriert“ nicht das Minilabbild.



Im Juni: Roadshows von Noritsu sowie von Ringfoto

## Die neue Bildkultur auf Tour

Die deutsche Niederlassung des japanischen Spezialisten für Bildausarbeitungsgeräte präsentiert sich an drei, die Ringfoto im Anschluß daran an vier zentral gelegenen Orten Deutschlands. Zu den Noritsu-Veranstaltungen können alle Kunden und alle interessierten Fotofachhändler und Fotografen kommen, zu denen der Ringfoto natürlich nur die Mitglieder der Kooperation. Aus organisatorischen Gründen ist in jedem Fall die vorherige Anmeldung beim jeweiligen Veranstalter erforderlich. Für die Veranstaltungen der Willicher nur unter [www.noritsu.de](http://www.noritsu.de), für die der Fürther ausschließlich unter RIO bei Ringfoto.

### Erfolgreiche Selbstverarbeitung

Die „Noritsu-Roadshow 2010“ startet am 10. Juni in Hamburg. Die nächste Veranstaltung findet am 15. Juni im Großraum Frankfurt am Main statt, genau in Hofheim an der A66, zwischen dem Autobahnkreuz Wiesbaden und Hofheim/Taunus. Am 17. Juni gastiert Noritsu in der Nähe von Leipzig (Details s. Kasten). Um möglichst vielen Kunden und Interessen-

ten die Möglichkeit zum Besuch der eintägigen Veranstaltungen zu ermöglichen, wurde eine Öffnungszeit von 11.00 bis 22.00 Uhr gewählt.

Mit dem D1005 (siehe „IM“-Ausgabe 1/2010, S. 4 – 7) stellen die Willicher ihr neuestes universell zu nutzendes Duplexgerät vor. Das Inkjet-Trockenlab, das bereits bei einigen Fotohändlern im Einsatz ist, kann Rollenware einseitig, Blattware auch beidseitig bedrucken. Von der Rolle lassen sich Bilder von 9er bis 30er Papierbreite, also von 9x9/9x13 cm über 30x45 cm bis zum Panoramaformat 30x91 cm printen. Einzelbogen gibt der D1005 bis zum Format 30x30 cm aus. Dank des doppelseitigen Drucks ist der Betreiber eines D1005 in der Lage, selbst qualitativ hochwertige Bildmehrwertprodukte, wie Fotobuchseiten, schnell vor Ort zu fertigen. Ebenso eignet sich Noritus jüngstes Trockenlab zur Ausgabe hervorragender Bilder in Standardformaten. Die Produktionsvielfalt des vergleichsweise kleinen, kompakten Geräts macht es für selbstverarbeitende Fotohändler denn auch zu einem idealen „Allrounder“. Erst recht in

Am 24. April 2010 hat Noritsu den neuen Duplexdrucker D1005 sowie die Terminal- und Online-Bestellsoftware „High Photo Transfer“ am nieder-rheinischen Firmensitz bereits einem größeren Publikum vorgestellt. Nun gehen die Willicher mit ihren Neuheiten auf Reisen. Auch die Ringfoto geht – wie schon im vorigen Jahr – wieder quer durch die Republik auf Info-Tour. Natürlich ist Noritsu auch da mit von der Partie.

Diese Einladung wurde von Noritsu an die Fotohändler verschickt.

Einladung



Noritsu-Roadshow 2010

jeweils von 11:00 bis 22:00 Uhr

|   |   |                                    |                                      |                                     |                                  |
|---|---|------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|
| <p>10.06.2010 Hotel Böttcherhof,<br/><i>Wöhlerstrasse 2, 22113 Hamburg</i></p> <p>15.06.2010 Ramada Hotel Frankfurt Airport West,<br/><i>Casteller Straße 106, 65719 Hofheim-Diedenbergen</i></p> <p>17.06.2010 Globana Airport Hotel,<br/><i>Frankfurter Straße 4, 04435 Schkeuditz b. Leipzig</i></p> | <p><b>Wir sind auch auf der Ringfoto-DienstleistungsRoadshow 2010*</b><br/>jeweils von 14:00 bis 20:00 Uhr</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td>21.06.2010 Maritim Hotel, Nürnberg</td> <td>23.06.2010 Maritim Hotel, Düsseldorf</td> </tr> <tr> <td>22.06.2010 Maritim Hotel, Stuttgart</td> <td>24.06.2010 Wienecke XL, Hannover</td> </tr> </table> <p style="text-align: right; font-style: italic;">*Nur für Ringfoto-Mitglieder</p> | 21.06.2010 Maritim Hotel, Nürnberg | 23.06.2010 Maritim Hotel, Düsseldorf | 22.06.2010 Maritim Hotel, Stuttgart | 24.06.2010 Wienecke XL, Hannover |
| 21.06.2010 Maritim Hotel, Nürnberg  | 23.06.2010 Maritim Hotel, Düsseldorf  |                                    |                                      |                                     |                                  |
| 22.06.2010 Maritim Hotel, Stuttgart   | 24.06.2010 Wienecke XL, Hannover  |                                    |                                      |                                     |                                  |



Noritsu (Deutschland) GmbH

Siemensring 87 47877 Willich  
Web : [www.noritsu.de](http://www.noritsu.de)

TEL: + 49 (0) 21 54. 91 57- 0  
Mail: [info@noritsu.de](mailto:info@noritsu.de)



D1005





### Ringfoto- DienstleistungsRoadshow 2010

– ausschließlich für Mitgliedsbetriebe –

jeweils von 14.00 bis 20.00 Uhr

- **21. Juni 2010:**  
Nürnberg
- **22. Juni 2010:**  
Stuttgart
- **23. Juni 2010:**  
Düsseldorf
- **24. Juni 2010:**  
Hannover

Anmeldung unter RIO bei Ringfoto

Verbindung mit der „High Photo Transfer“-Software für Kundenterminals und zur Bild-Onlinebestellung von zu Hause. Noritsu Eigenentwicklung zeichnet sich durch zwei Merkmale besonders aus. Zum einen ist sie auch von Konsumenten leicht zu bedienen, zum anderen ist die Bedienoberfläche am Terminal wie bei der Onlinebestellung identisch, was Verbraucher sehr schätzen und an ihren Fotodienstleister bindet. Alles weitere vermitteln Noritsu Spezialisten den Besuchern der Roadshows im praktischen Einsatz gern und ausführlich vor Ort.

### Das aktuelle Dienstleistungs- spektrum zeigen

Die ausschließlich Mitgliedsunternehmen zugängliche „Ringfoto-Dienstleistungs-Roadshow 2010“ findet (s. Kasten) am 21. Juni in Nürnberg, am 22. in Stuttgart,

### Noritsu-Roadshow 2010

jeweils von 11.00 bis 22.00 Uhr

- **10. Juni 2010:** Hamburg  
Hotel Böttcherhof,  
Wöhlerstraße 2, 22113 Hamburg
- **15. Juni 2010:** Frankfurt  
Ramada Hotel Frankfurt Airport West,  
Casteller Straße 106,  
65719 Hofheim-Diedenbergen
- **17. Juni 2010:** Leipzig  
Globana Airport Hotel,  
Frankfurter Straße 4, 04435 Schkeuditz

Anmeldung unter: [www.noritsu.de](http://www.noritsu.de)

am 23. in Düsseldorf und am 24. Juni in Hannover – jeweils von 14 bis 20 Uhr – statt. In etwa 700 m<sup>2</sup> großen Hotelräumen präsentieren mehr als 30 Industriepartner, darunter etliche neue, ihr Waren- und Dienstleistungsangebot. Zu den neuen Ausstellern, die spezielle Dienstleistungen offerieren, gehören beispielsweise ein Dienstleister für 360-Grad-Fotografie sowie ein professionelles Datenrettungsunternehmen. Sowohl auf das Leistungsspektrum als auch auf die speziellen Angebote der Aussteller zur Roadshow wird „Ringfotos Frontmann“ Martin Wagner in seinem eineinhalbstündigen Vortrag – jeweils von 14.30 bis 16.00 Uhr – ebenso erfrischend kurzweilig wie ernsthaft eingehen. Dabei steht – wie bei der Wahl der Aussteller – eindeutig der Nutzen für die Mitgliedsbetriebe im Vordergrund. Einen besonderen Schwerpunkt wird die Studiofotografie bilden. „Wir werden den praxisnahen Workflow demonstrieren.“ Das beginnt bei den Auf-

nahmen, ob vom Fotoamateur oder aus dem professionellen Fotostudio, erstreckt sich über die Bildbe- und -verarbeitung mittels Software sowie die Ausgabe mit Trockenlab, „Large Format Printer“, Thermosublimationsdrucker oder durch einen externen Dienstleister. Anschließend geht es um die vielen Weiterverarbeitungsmöglichkeiten zu lukra-

tiven Bildmehrwertprodukten. Das Anfertigen einfacher, preiswerter Fotobücher wird ebenso gezeigt wie das Herstellen edler Echtfotobücher in nur 20 Minuten, das die Firma Fastbind vorführen wird. „Auf unserer Roadshow werden wir zusammen mit den Ausstellern visualisieren, was derzeit an attraktiven Dienstleistungen machbar ist“, faßt M. Wagner das Konzept dieser Veranstaltungen zusammen.

Innungsmeister Dietrich Penz, Foto-Studio Penz, Bremen, wird – nur in Düsseldorf und Hannover – erläutern, wie er in praxisgerechten Kurzzeitseminaren Grundlagen der Portraitfotografie an Fotohändlerkollegen und deren Mitarbeiter vermittelt. Von 16 bis 20 Uhr haben die Händler dann Gelegenheit, sich bei den Ausstellern zu informieren. Das geht am besten mit einer Mischung aus Intensiv- und Kurzzeiterminen. Diese Art der Effizienzsteigerung wird Martin Wagner bei den Veranstaltungen sprichwörtlich und höchstselbst „einläuten“.

Einladung

NORITSU  
ROADSHOW  
2010

Einladung

NORITSU  
ROADSHOW  
2010



„Das System muss sich flexibel in bestehendes Equipment einbinden lassen. Auch ist mir zuverlässiger technischer Service wichtig.“

„Ich brauche ein zuverlässiges Ausarbeitungsgerät, das auch 30er Papierbreiten verarbeiten kann.“

„Ich brauche ein leistungsfähiges Trockenlab, mit dem ich hochwertige 10x15 Bilder produzieren kann.“

„Ich möchte meinen Kunden hochwertige beidseitig bedruckte Fotomehrwertprodukte, wie Fotobücher, Kalender und Grußkarten anbieten.“



## Ihre Wünsche. Unsere Lösung.



Der neueste kompakteste und vielseitigste Duplexprinter für Ihr digitales Bildergeschäft.

Der umweltfreundliche D1005 Duplex Printer ist einfach zu bedienen und leistungsfähig.

Eine große Bandbreite hochwertiger Bildprodukte unterschiedlichster Formate und Ausführungen lassen sich mit ihm ausarbeiten. Er arbeitet mit einem Vierfarb-Tintensystem und erreicht eine Verarbeitungskapazität von bis zu 950 Bildern pro Stunde im Format 10x15cm.

Ohne Papier wechseln zu müssen, können Sie etwa 3.800 Bilder produzieren. Einfache Bedienung und Wartung.

# D1005

Für weitere Informationen über die NORITSU Produkte wenden Sie sich einfach direkt an uns unter + 49 (0) 21 54. 91 57- 0 oder per E-Mail: [info@noritsu.de](mailto:info@noritsu.de) | [www.noritsu.de](http://www.noritsu.de)

# NORITSU





sagenhaft unvergleichliche qualität.  
sagenhafte kundenbindung.

5 neue Modelle der QSS-37HD-Serie: NORITSU X-Treme Photos mit der höchsten Druckqualität der Welt – dank 640dpi Laser.



Fantastische Bilder für Ihre Kunden, mehr Umsatz für Sie:  
Die Minilabs mit der höchsten Auflösung auf dem Markt entwickeln  
Bildabzüge mit exzellenter Bild- und Farbtiefe.

- Professionelle Qualitäts-Photos: Der hochauflösende Laserbelichter macht es möglich.
- Minimale Wartezeit: Durch die verkürzte erste Bildausgabe können die Photos gleich nach Auftragserteilung wieder mitgenommen werden.
- XL-Bilder: Papierbreiten von bis zu 30,48 cm und Papierschubtlängen von bis zu 91,44 cm.

Für weitere Informationen über die NORITSU Produkte wenden Sie sich direkt an uns – unter + 49 (0) 21 54. 91 57- 0  
oder per E-Mail: [info@noritsu.de](mailto:info@noritsu.de) | [www.noritsu.de](http://www.noritsu.de)

**NORITSU**