

imaging

markt

Das Kundenmagazin der Mümken Sales GmbH für Digital Imaging



Wenn nicht jetzt, wann dann?

Sonderedition D705 Green: Jetzt Neu für Alt



5 Nun ist der Zeitpunkt günstig, in ein neues Duplexlab zu investieren. Eine attraktive Sonderedition macht's möglich. *Abb.: NKW*



10 Dass Dienstleistungen mehr als nur das Brot- und Buttergeschäft eines erfolgreichen Fotofachhändlers sein können, das beweist unser Bericht. *Abb.: fe*



24 Alle zwei Jahre findet die für die Fotobranche wichtigste Messe in Köln statt. Wie und was die Mümken Sales und Noritsu dort präsentieren, erfahren Sie hier. *Abb.: Werbeatelier J. Reichert*



32 Die als Distributor für Noritsu in 18 europäischen Ländern aktive Mümken Sales hat ein neues Domizil: in Hünxe! *Abb.: fe*

3 Position

Druck ohne Grenzen

Dipl.-Ing. Thomas Mümken

5 Bildausarbeitung

Jetzt das Alte gegen ein Neues tauschen

Limitierte Edition: Einsteiger-Duplexlab
Noritsu D705 Green

9 Händlergespräch

Dienstleister durch und durch

Foto Detlef Springmann, Baden-Baden

22 photokina

Zugkräftig

Mümken Sales mit Noritsu auf der photokina 2014

29 Standort

Praktisch und repräsentativ

Mümken Sales GmbH in neuem Domizil in Hünxe

Impressum

> Herausgeber

Dipl.-Ing. Thomas Mümken Sales GmbH
In der Beckuhl 28, 46569 Hünxe
Telefon 0 28 58 - 5 82 43 0
Telefax 0 28 58 - 5 82 43 19
info@ditms.de, www.ditms.de

Amtsgericht Duisburg, HRB 26247
IBAN DE65 3205 0000 0000 2032 57
Geschäftsführer
Dipl.-Ing. Thomas Mümken

> Redaktion

Dipl.-Ing. Thomas Mümken
(verantwortlich)
Telefon 0 28 58 - 5 82 43 0
thomas.muemken@ditms.de

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

> Redaktionsanschrift

Redaktion Imaging Markt
Dipl.-Ing. Thomas Mümken Sales GmbH
In der Beckuhl 28
46569 Hünxe

> Anzeigen (verantwortlich)
Dipl.-Ing. Thomas Mümken

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

> Erscheinungsweise
zweimal im Jahr

> Titelbild
NK Works Co., Ltd.

© Dipl.-Ing. Thomas Mümken Sales GmbH, 46569 Hünxe

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche – auch auszugsweise – Verwertung, wie Vervielfältigung, Verbreitung in elektronischer Form, Speicherung in Datenbanksystemen oder Inter- und Intranets, ist ausschließlich mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers, Dipl.-Ing. Thomas Mümken Sales GmbH, In der Beckuhl 28, 46569 Hünxe, und Urhebervermerk zulässig. Erfüllungsort und Gerichtsstand: 46569 Hünxe.

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



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

Abb.: fe

Druck ohne Grenzen

Verehrte Leserinnen und Leser!

Die meisten Veränderungen treten nicht urplötzlich ein, sondern kündigen sich an und entwickeln sich. Nicht anders war es bei dem Wechsel von der analogen zur digitalen Fotografie. Vor zwanzig Jahren begann der Siegeszug des Digitalen.

Damit einher ging ein gewaltiger Umbruch in allen Bereichen der Fotografie – von der Aufnahme bis zur Ergebnis-Präsentation. Womit die wenigsten in der Industrie wie im Handel gerechnet hatten, das war der vergleichsweise rasche, rasante Rückgang bei den Standardformaten im Bildergeschäft. Tat er doch gerade deshalb so weh, weil dieses seit Jahrzehnten nahezu automatisch funktionierende Geschäfts-

modell gerade dem Händler viel Rendite bei vergleichsweise geringem Einsatz garantierte. Diese Entwicklung überraschte nicht nur den Handel, sondern auch die Finisher. Doch letztere, allen voran Cewe, machten aus der Not eine Tugend und entwickelten Bild-Produkte, die durch die digitale Fotografie erst möglich beziehungsweise „massentauglich“ geworden waren.

Inzwischen sind Fotobücher, Kalender, Grußkarten aller Art und viele andere individuelle Bildmehrwertprodukte zum Allgemeingut geworden und haben die Standardprints sprichwörtlich auf die Plätze verwiesen. Sicher, es gibt sie noch, die 9 × 13-cm- und die 10 × 15-cm-Bilder. Und es wird sie auch in Zukunft noch

geben. Aber: ihr Aufkommen wird weiter sinken und sich irgendwann auf marginalem Niveau einpendeln.

Längst lässt sich allein mit Standardformaten kein lukratives Bildergeschäft mehr verwirklichen. Das gilt erst recht für Betreiber eines fotochemischen Minilabgeräts. Einst hatte man es sich angeschafft, um den Bilderkunden einen Mehrwert bieten zu können, nämlich bessere, individuell gefilterte Bilder in kurzer Lieferzeit. Die Formel ging auch noch eine Weile in der digitalen Neuzeit auf. Inzwischen aber nicht mehr, auch wenn das acht oder zehn Jahre alte Lab „noch so schön produziert“ und „endlich Geld verdient, weil keine Leasingraten

Ein Unternehmen der Rheinische Post Mediengruppe

R.B.D. Rheinisch-Bergische DRUCKEREI

Trauen Sie Ihren Augen

Wir haben das Angebot buchstäblich „grenzenlos“ erweitert.

Ob hohe Auflagen in der Werbung oder überschaubare Stückzahlen für den privaten Bereich – dies alles ist ebenso machbar wie zeitungsnah Druckwerke „von der Papier-Rolle“ oder **Kleinstauflagen für Gewerbe, Gastronomie und familiäre Anlässe.** Sie finden jetzt das Angebot von LASERLINE auch über die RBD-Website. Das bedeutet „**Druck ohne Grenzen**“ in jede Richtung. Worauf Sie sich verlassen können...

5% Rabatt
auf den Warenkorb bei jeder Bestellung

z.B.

- Broschüren
- Briefbogen
- Klappkarten
- Visitenkarten
- Flyer gefalzt
- Plakate
- Speise-Getränkemarken

Jetzt reinschauen unter: www.rbd-onlineshop.de

➤ Potential bei Kleinstauflagen: Anzeige der RBD in der „Rheinischen Post“ vom 16.7.2014, Seite B6.

Abb.: RP Media Service GmbH

mehr zu bezahlen sind“. Mit den Jahren verliert das Gerät an Wert. Spätestens bei einem kapitalen Defekt, wie dem alterungsbedingten Ausfall des Lasers, wird aus dem Restwert nur noch Schrottwert, und allein die kaufmännische Kalkulation geht nicht mehr auf. Viel schlimmer aber: diese Anbieter entfernen sich immer weiter von ihren (einstigen) Bilderkunden, beschneiden sich um die wirklich lukrativen Fotoarbeiten, weil sie sie nicht ausführen können. Sofern sie solche Aufträge überhaupt noch bekommen, können sie diese bestenfalls noch von Fremdanbietern ausarbeiten lassen.

Gleiches gilt übrigens für jene Betreiber, die das Chemielab gegen ein vermeintlich modernes Trockenlab tauschen, das aber nur einseitig printen kann. Denn: auch damit lassen sich nur Bilder ausgeben. Das aber ist mit jedem betriebsfähigen Chemielab ebenso möglich. Nur duplexfähige Geräte können die vielen Bildmehrwertprodukte fertigen, die Bilderkunden – wenn es ums Bild auf Papier geht – haben wollen. Nur damit ist der Fotohändler in der Lage, qualitativ hochwertig, individuell schnell und wirtschaftlich zu produzieren.

Wofür, wenn nicht für die Produktion von Bildmehrwertprodukten, lohnt sich die Investition in ein Trockenlab? Ganz bestimmt nicht, um bei weiter abnehmen-

der Nachfrage Farbbilder und Poster in Standardformaten zu produzieren! Wäre das noch ein einträgliches Geschäft, betrieben es die Finisher, die es hierzulande perfekt beherrschten, ganz bestimmt intensiv weiter. Dass sie es nicht tun und auf Mehrwertprodukte setzen, spricht für sich. Eigenen Angaben zufolge haben die Oldenburger von 2005, als sie das Fotobuch in den Markt eingeführt haben, bis 2012 schon 20 Millionen Fotobücher produziert.

In Kürze wird Cewe bereits das 30millionste Exemplar fertigen. Bedarf es noch weiterer Beweise, dass Bildmehrwertprodukte eben keine Randerscheinung, sondern das Bildergeschäft der Gegenwart und der Zukunft sind? Auch und gerade des Fotofachhandels, der nach eigenem Bekunden vom Gerätegeschäft immer weniger leben kann. Was bleibt, ist die schnelle, individuelle Dienstleistung. Cewe hat die Bildsonderprodukte nicht nur entwickelt, Cewe hat sie auch bekannt gemacht und den Bedarf maßgeblich geweckt. Mehr noch: die Marketingmaschine der Oldenburger läuft nach wie vor auf Hochtouren – und die Ergebnisse können sich nach wie vor sehen lassen.

Wettbewerber und Nachahmer gibt es reichlich, entsprechend groß ist das Angebot. Auch jenseits der Fotobranche

hat man das Potential erkannt. Seit einiger Zeit bewirbt beispielsweise die Rheinisch Bergische Druckerei (RBD), ein Unternehmen der „Rheinische Post“-Mediengruppe, die Produktion von Druckwerken in „Kleinstauflagen für Gewerbe, Gastronomie und familiäre Anlässe“. Als Beispiele werden unter anderem Bücher, Broschüren, Kalender, Klappkarten, Visitenkarten, Flyer und Plakate aufgeführt. Unter www.rbd-onlineshop.de wird die ganze Vielfalt deutlich.

Mit jedem weiteren Anbieter aber nimmt der Druck im Markt zu. Abzuwarten, weiterzumachen wie bisher und auf bessere Zeiten zu hoffen, ist ganz bestimmt kein erfolgversprechendes Geschäftsmodell, wie jeder Kaufmann weiß. Offensiv und selbstbewußt wirbt die RBD in ihrer Anzeige denn auch „Das bedeutet ‚Druck ohne Grenzen‘ in jede Richtung. Worauf Sie sich verlassen können...“ Cewe und Co. werden diesem „Druck“ standhalten! Sie auch?

Viel Spaß beim Lesen und viele interessante Anregungen wünscht Ihnen Ihr

Thomas Mümken



Zur photokina wird die Mümken Sales mit dem Noritsu D705 Green ein mengenmäßig begrenztes Sondermodell zu einem höchst attraktiven Preis offerieren. Das auf dem D703 basierende Inkjet-Gerät ist technisch aktuell, gut ausgestattet und zeichnet sich durch ein großes Ausarbeitungsspektrum für Bilder von 89 × 89 mm bis 254 × 610 mm, optional bis 254 × 1710 mm, sowie

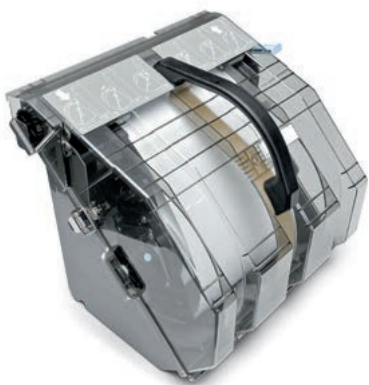
für Bildmehrwertprodukte aus. Wie alle aktuellen Noritsu-Trockenlabs kann natürlich auch dieses Sondermodell beidseitig printen. Alles in allem ein attraktives Angebot, mit dem sich der bekannte Distributor an Noritsu-Kunden wendet, die ihr Naßgerät gegen ein duplextaugliches Inkjet-Gerät austauschen wollen, mit dem er aber auch alle Selbstverarbeitungsumsteiger und -einsteiger im Fotofachhandel anspricht. „Wenn nicht jetzt, wann dann soll der Wechsel erfolgen?“

➤ Findet auch im kleinsten Fotofachgeschäft oder Fotostudio seinen Platz: Noritsus Sondermodell D705 Green.

Abb.: NKW

Jetzt das Alte gegen ein Neues tauschen

Limitierte Edition: Einsteiger-Duplexlab Noritsu D705 Green



➤ Praktisch: Das Dualmagazin wird an der Frontseite einfach angedockt. Das Zweitmagazin nimmt nur Rollenware auf.

Abb.: fe

Die keineswegs rhetorische Frage stellt Dip.-Ing. Mümken, Geschäftsführer der Mümken Sales, Hünxe, so manchem Gegenüber, wenn es um die Modernisierung des Ausarbeitungsequipments oder den Einstieg in die Eigenverarbeitung geht. Denn mit der digitalen Fotografie hat sich auch das Bildergeschäft im Fotofachhandel und bei Portraitfotografen erheblich verändert. Durch den anhaltenden Rückgang im Standardbildbereich und die stark wachsende Nachfrage nach individuellen Bildmehrwertprodukten kommt der kompetente Bilddienstleister von heute um die Eigenverarbeitung vor Ort nicht mehr herum.

Als praxisgerechter Allrounder für die schnelle Ausgabe qualitativ hochwertiger Bilder und Bildmehrwertprodukte

hat sich das duplexfähige Inkjetlab, wie das hier vorgestellte Noritsu D705 Green (und dessen Noritsu-Geschwister), längst etabliert. Als Vorteile dieser Gerätetechnik gelten die vergleichsweise niedrige Investition, geringe Energiekosten und die leichte Bedienbarkeit gepaart mit einem großen Fertigungsspektrum. So kann der Betreiber eines D705 Green neben Bildern in Standardformaten auch individuelle Bildmehrwertprodukte – selbst in saisonalen Hoch-Zeiten – schnell und termingerecht ausarbeiten. Das macht den Fotohändler / den Fotografen bei der Bildproduktion recht autark und flexibel. Dadurch unterscheidet er sich deutlich von Wettbewerbern, die nur über sehr begrenzte oder technisch veraltete Eigenverarbeitungsmöglichkeiten verfügen oder die solche Aufträge fremd fertigen lassen.



► Leicht zugänglich: Hinter der Fronttür befindet sich die Aufnahme des internen Papiermagazins.

Abb.: fe

► **Attraktiver Allrounder fürs aktuelle Bildergeschäft**

Das günstige Sondermodell, ein rundum solides Duplexgerät, eignet sich fürs Ausarbeiten von Bildern wie Bildmehrwertprodukten gleichermaßen.

Flexibler mit zweitem Magazin

Prinzipiell arbeitet der D705 Green Bilder von digitalen Bilddaten aus. Durch Einsatz eines Filmscanners – die Mümken Sales hat noch Noritsu-Modelle im Programm – kann der Betreiber auch von Filmmaterial (CN, CU und S/W-Negativ) Bilder printen. Selbstverständlich „verarbeitet“ der D705 Green auch Bilddaten, die von einem Flachbildscanner kommen. Ebenso flexibel zeigt sich das Sondermodell ausgabeseitig. Noritsu bietet als „Foto-Papier“ speziell auf den D705 Green abgestimmte 100-m-Rollenware in fünf Breiten (102 mm, 127 mm, 152 mm, 203 mm und 254 mm), jeweils mit seidmatt (Semy Glossy) und glänzender (Glossy) Bildoberfläche sowie Seidenrasterpapier für die Portraitbildverarbeitung an. Die Ausarbeitungsformate reichen bei 102er/127er/152er Papierbreite von 89 mm bis 457 mm, bei 203er/254er Papierbreite von 89 mm bis 610 mm. Mit optionalem RIP-PC lässt sich die Schrittlänge – ohne Qualitäts-

einbuße bei der Bildqualität – sogar auf 254 mm × 1710 mm (!) messende „Super-Panoramaformat“ strecken.

Im Printergehäuse, hinter der Fronttür, befindet sich die Aufnahme fürs Rollenpapier. Zusätzlich kann der D705 Green mit einem zweiten Papiermagazin versehen werden, das außen an der Fronttür angesetzt wird. Es nimmt, wie das innenliegende Papiermagazin, 100-m-Rollen auf. Sind das interne und das Zusatzmagazin mit identischem Material (Papierbreite und Oberfläche) bestückt, wechselt das Gerät selbsttätig vom einem aufs andere Magazin, ohne die laufende Produktion zu unterbrechen.

Der Einsatz des Dualmagazins in Verbindung mit der automatischen Papierwahl macht weniger Papierwechsel nötig, erleichtert und beschleunigt die Ausarbeitung. So lässt sich der D705 Green flexibel den individuellen Produktionsbedingungen des Betreibers anpassen.



► Die gelochte Führungsplatte des D705 Green, auf der das Papier beim Bedrucken per Unterdruck fixiert wird, ist nun mit flexiblen Absorbern bestückt, die sich einfach entnehmen und reinigen lassen.

Abb.: fe



► Serviert: Nach Verlassen des Auslaufs werden die fertigen Bilder auf der hinteren Bildablage positioniert oder – wie bei diesem D705 Green – mittels Transportband dem Sorter (Option) übergeben.

Abb.: fe

Serienmäßig auch mit einem Einzelblatt-einzug versehen, kann am D705 Green alternativ auch doppelseitig zu bedruckende Blattware eingesetzt werden. Im Duplexbetrieb lassen sich 10x20-cm-Klappkarten, bereits vorgerillte 13x18-cm-Klappkarten sowie Fotobücher in den Formaten 20 cm x 20 cm und DIN A4 produzieren. Das maximale Einzelblattformat beträgt 216 mm x 297 mm. Bis zu 10 Bogen nimmt die Einzelblattaufgabe auf.

Flink und in Spitzen-Qualität

Abhängig vom Ausarbeitungsformat variiert die Ausarbeitungsleistung. Im Format 15 cm x 10 cm fertigt der D705 Green stündlich bis zu 650 Bilder, im Format 254 cm x 203 cm bis zu 280 Bilder. Dabei liegt das erste 15x10-cm-Bild (bei betriebsbereitem Gerät) schon nach 48 Sekunden, das erste 253x203-cm-Bild nach 61 Sekunden (alle Angaben Nennleistung) fertig auf der Bildablage. Keineswegs allein auf die Ausgabe von

Bildern in Standardformaten beschränkt, kann der Betreiber eines D705 Green seinen Kunden auch interessante, individuelle Bildmehrwertprodukte produzieren, so beispielsweise Kalender, Tisch- und Grußkarten, Foto-Taschen, kleine und große Fotobücher oder CD-Hüllen. Zum Drucken nutzt das Gerät vier Dye-Tinten-Kartuschen – CMYK: Cyan, Magenta, Yellow und Black – mit je 500 ml Inhalt. Damit der Bediener leere Tintenkartuschen auch während des Druckens einzeln wechseln kann, versieht der japanische Gerätespezialist seine Trockenlabs bereits vom ersten Modell an generell (pro Farbe) mit einem Tintenreservoir.

Auch bei diesem Inkjet-Printer setzt Noritsu auf bewährte Epson-Piezo-Technik mit zwei Druckköpfen, von denen jeder eine Matrix von acht Reihen mit 180 feinsten Düsen (180 dpi) aufweist. Demnach beträgt die „feste“ Auflösung 720 dpi x 720 dpi, was über alle Formate hervorragende Bild-Ergebnisse garantiert.

Dazu trägt auch die Punktgrößenvariabilität bei. Dank dieser Technik kann ohne Einbußen bei der Bildqualität auf die Zusatztinten Light Magenta und Light Cyan verzichtet werden, was – gegenüber anderen Systemen – auch die Bevorratungskosten des Gerätebetreibers senkt. Zudem macht sich bei den D705 Green-Tinten positiv bemerkbar, dass die Tintentechnologie laufend verbessert wird. So ließ sich abermals die Farbtreue erhöhen und die UV-Licht-Beständigkeit der Bilder verbessern.

Geliefert wird der D705 Green mit einem EZ-Controller. Der besteht aus einem PC, einem Monitor, einer Tastatur sowie der EZ-Controller-Software. Im Einzelgerätebetrieb können der D705 Green und der EZ-Controller direkt via USB-Kabel miteinander kommunizieren. Es ist aber ebenso möglich, einen oder mehrere D705 Green, auch in Kombination mit QSS-Minilabs (35 Plus, 37er und 38er), in ein hausinternes LAN-Netzwerk einzu-

binden. Bis zu acht der Trockenlabs kann ein EZ-Controller steuern und verwalten.

Kleines Gerät mit großer Leistung

Maßlich mit dem D703 identisch, weist das Sondermodell etliche Verbesserungen bei der Mechanik, der Elektronik und der Software auf. Zur Energieversorgung bedarf es nur eines herkömmlichen Wechselstromanschlusses (sog. Haushaltssteckdose). Die (elektrische) Leistungsaufnahme von etwa 800 VA fällt gegenüber einem fotochemischen Minilabgerät recht niedrig aus, was sich in der Kalkulation bei den Energiekosten günstig auswirkt. So beträgt die Energieeinsparung gegenüber einem QSS-3001 immerhin bis zu 70 Prozent. Der D705 Green ist leicht zu bedienen, bedarf, verglichen mit einem Minilabgerät, nur geringer Vorbereitung und Wartung, so dass alle Beschäftigten eines Fotogeschäfts oder Studiobetriebs ihn ohne aufwendige Einweisung bedienen können.

Nicht zu unterschätzen ist auch die gegenüber herkömmlichem Laborequipment vergleichsweise geringe finanzielle Investition. Das gilt erst recht für den D705 Green. Gleichwohl ist das Sondermodell – wie seine Geschwister – ein professionelles Ausarbeitungsgerät, das

sich durch sein umfangreiches Ausarbeitungsspektrum – sowohl bei kontinuierlicher als auch bei wechselnder Auslastung – auszeichnet. Das alles macht den D705 Green für Fotohändler und Fotografen zur ersten Wahl. Vor allem für jene, die immer noch ein Naßgerät betreiben und somit keine Bildmehrwertprodukte fertigen können. Ebenso nützlich ist das Sondermodell für Anbieter, die sich nun erstmals zur Eigenverarbeitung entschließen.

Mit Aufträgen läßt sich das D705 Green auf zweierlei Weise beschicken. Zum einen durch einen Bediener, der Bild- und Auftragsdaten am EZ-Controller manuell eingibt, zum anderen von Konsumenten, die ihre Bildprodukte an HPT-Terminals ordern, die wiederum mit dem D705 Green verbunden sind. Neben Bildern kann der Fotohändler mittels EZ-Controller auch Bilddatentransfer und Bilddatensicherung auf CD/DVD sowie auf Speicherkarten vornehmen. Arbeitsvereinfachend kann der D705 Green auf der linken Stirnseite optional mit einem Sorter versehen werden, der bis zu acht Aufträge – mit maximal 50 Bildern pro Sorterfach – aufnimmt. Dank geringer Abmessungen (0,35 m² Nettostellfläche, 2,7 m² bis 3,5 m² Arbeitsfläche ohne/mit Sorter) und nur etwa 96 kg Gewicht läßt sich das Trockenlab

gut in kleinen wie großen Fotogeschäften und Fotostudios aufstellen. Nach Angaben von Dipl.-Ing. Thomas Mümken wird der D705 Green auf dem gemeinsamen photokina-Stand von Noritsu und Mümken Sales präsentiert und „bereits nach der Messe lieferbar sein“.

➤ Auch während des laufenden Betriebs rasch zu wechseln: die an der Frontseite platzierten Tintenkartuschen.

Abb.: fe



Die Vorteile des D705 Green im Überblick

- Modernes Duplex-Inkjet-Gerät
- Flexible, leicht zu reinigende Absorber
- Kein Hantieren mit Chemie, keine Entsorgung
- Kein Hochfahren, jederzeit einsatzbereit
- Niedrige Energie- und Betriebskosten
- Geringe Investition – niedrige Leasingraten
- Geringe Stell-/Arbeitsfläche, 0,35 m² / 2,7 m² bis 3,5 m²
- Flexibel aufzustellen – nur 230-V-Steckdose nötig
- Leicht zu bedienen – optional mit Sorter
- Erweiterbar mit gleichen und anderen Noritsu-Geräten – Terminalanbindung und netzwerkfähig
- Ausarbeiten von Digitalbilddaten/Analogmaterial
- Großes Ausarbeitungsspektrum bis 254 mm × 610 mm, mit optionalem RIP-PC sogar bis 254 mm × 1710 mm
- Hoher Ausstoß – bis zu 650 10×15-cm-Bilder/Stunde
- Doppelmagazin und (Duplex-) Einzelblatteinzug
- Echte „Foto“-Qualität (720 dpi × 720 dpi)

NORITSU *Die Zukunft printet beidseitig*

Fotomehrwert

QSS *Green II*



In der Beckuhl 28 · 46569 Hünxe · Tel 0 28 58-5 82 43 0 · www.noritsu.de



► Das Geschäft befindet sich im Ortsteil Oos – einige hundert Meter vom Baden-Badener Hauptbahnhof entfernt – an einer stark frequentierten Kreuzung.

Abb.: fe

Dienstleister durch und durch

Foto Detlef Springmann, Baden-Baden

Seit wann und warum betreiben Sie die Selbstverarbeitung?

Mein Vater hat diese Firma als reine Drogerie gegründet und betrieben. Mitte der 1980er Jahre bin ich mit ins Geschäft eingestiegen und habe es um das Foto-Sortiment erweitert. Damit verbunden war auch die Investition in ein 18er Noritsu-Minilabgerät. Wir wollten uns nämlich von Anfang an von dem abheben, was die Bildfabriken produzierten, was jeder verkaufte und unseren eigenen Weg gehen. Seither präferieren wir optimale Bildqualität in Kombination mit kurzer Lieferzeit.

„Wir präferieren optimale Bildqualität in Kombination mit kurzer Lieferzeit.“

Was veranlaßte Sie, das vorhandene fotochemische QSS-3702 gegen ein QSS Green II und ein D1005 HD auszutauschen?

Bei unserem Durchsatz habe ich die Maschinen normalerweise immer nach drei Jahren erneuert. Wegen des gesunkenen Standardbildaufkommens aber haben wir die 37er gut vier Jahre genutzt. Für die Anschaffung der neuen Inkjet-Geräte waren zwei Gründe ausschlaggebend. Zum einen die Möglichkeit, mit ihnen auch Mehrwertprodukte in Springmann-Premium-Qualität und in gewohnt



Als Detlef Springmann 1995 das Geschäft von seinem Vater übernahm, war er schon gut zehn Jahre darin tätig. Nach wie vor ist der Unternehmer erfolgreich, hat er sich doch beizeiten Veränderungen und Entwicklungen gestellt. Das gilt für den Auftritt, das Sortiment, die Ansprache und die Werbung. Ein wesentliches Standbein des Fachgeschäfts bilden die Dienstleistungen – die auf Eigenverarbeitung basierenden Bilddienstleistungen.

► Ein Teil der Belegschaft von Foto-Springmann (v.l.): Birgit Kamper (hauptsächlich Labor), Annette Strobel (Verkauf), Gerd Gorenc (hauptsächlich Labor) und Detlef Springmann (Unternehmer, Organisation, Verkauf, Labor).

Abb.: fe

kurzer Springmann-Lieferzeit fertigen zu können. Das ist im Bildergeschäft, das sich ja deutlich verändert hat, ein wesentlicher Vorteil. Zuvor haben wir Mehrwertprodukte, wie Grußkarten, mit Kopiersystemen der 10.000-Euro-Klasse produziert. Das machte keinen Spaß, denn solche Farblasengeräte sind für diese Anwendungen und für höhere Auflagen nicht geeignet. Es war ein wartungs- und kostenintensiver Behelf, der noch viel Nacharbeit erforderte. Deshalb ist es schon sinnvoll, mit einem dafür konzipierten Fachgerät zu arbeiten, das exakt und beidseitig fertigt. Der zweite Aspekt betrifft die Maschinenkosten. Gegenüber der Naßmaschine arbeiten die Trockenanlagen erheblich günstiger, auch wenn das Papier und die Tinte teurer sind. Durch die energiesparende Technik der Neuen und den insgesamt geringeren Quadratmeterdurchsatz geht die Rechnung zu unseren Gunsten auf.

Obwohl Sie mit zwei Geräten produzieren?

Ja, weil wir genug Aufträge haben, um auch zwei Maschinen wirtschaftlich betreiben zu können. Zunächst haben wir einige Monate nur mit dem QSS Green II gearbeitet, was aber nicht ausreichte. In der Zeit, in der wir beispielsweise Fotobücher oder Grußkarten produziert haben, war die Maschine blockiert. Da unsere

Kunden unseren Sofortservice seit jeher gewohnt sind und somit häufiger auch umfangreichere Bilderaufträge zum Ausarbeiten anfallen, haben wir als weiteres Trockenlab ein D1005 HR installiert. Andernfalls hätten wir die Fotomehrwertprodukte in der Mittagspause oder über Nacht produzieren müssen. Ein derartiges Splitten der Aufträge wollten wir unseren Kunden nicht zumuten und uns nicht antun.

Demnach ist das Bilderaufkommen bei Ihnen doch noch beachtlich?

In Summe und über alle Formate gesehen ist es für uns durchaus von Bedeutung. Das gilt für unseren Anteil wie für das Fremdaufkommen. Durch unseren Citylabservice ist das Bildervolumen insgesamt höher als bei Betrieben, die ausschließlich hauseigene Aufträge ausarbeiten. Neben den Bild- und Bildmehrwertaufträgen fertigen wir fast alle Produkte unseres umfangreichen Ausarbeitungsprogramms auch für Kollegen. 10×15-cm-Prints sind insgesamt rückläufig, dagegen legen Panoramabilder und die Mehrwertprodukte bei uns wie bei den Kollegen immer noch deutlich zu. Darüber hinaus bedienen wir auch etliche Fotografen, die nicht nur unsere Ausarbeitungsqualität für ihre Studiobilder, sondern auch unseren Service schätzen.



► An jedem der insgesamt sieben Kundenterminals wird der Kunde auf Produkte und Leistungen des Hauses hingewiesen. Abb.: fe



► Dieser Teil der großen Präsentationslounge dient auch als Raumteiler und Ausstellungsfläche für Metall-Bildrahmen. Abb.: fe



► Beim Betreten des Geschäfts fällt der Blick auf den großen Tresen und das weiter hinten links plazierte Labor. Abb.: fe

Seit wann arbeiten Sie auch als Citylab, und wie sind Sie an Ihre Partner gekommen?

Die Zusammenarbeit mit Kollegen pflegen wir schon etliche Jahre. Wir haben damit bereits begonnen, als wir noch naß ausgearbeitet haben. Die Auswahl habe ich getroffen und in der Region gezielt Kollegen angesprochen, mit denen ich nicht im Wettbewerb stehe. Dank der auch in diesem Punkt sehr praktischen HPT-Software bekommen wir die Bilddaten von den Kollegen online übermittelt. Die von uns gefertigten Bildprodukte stellt ein Fahrdienst den Partnern zu. Im Einzelfall liefern wir sie auch schon mal mit unserem Firmenwagen aus.

Engt die Fremdfertigung Sie durch die damit verbundenen Verpflichtungen ein?

Keineswegs, schließlich haben wir unsere Qualitätsversprechen und Lieferzeitzusagen bei unseren Kunden ebenso korrekt zu halten wie bei unseren Kollegen. Das gelingt uns, weil wir technisch wie personell entsprechend gerüstet und gut organisiert sind. Von dem Service

profitieren beide Seiten. Unsere Partner bekommen schnell und zuverlässig optimal ausgearbeitete Bildprodukte. Ein weiterer Vorteil, den die Kollegen an der Zusammenarbeit mit uns schätzen, ist unsere Flexibilität und die geographische Nähe. Das alles kann ihnen kein Großlabor bieten. Wir profitieren von der Kooperation mit den Kollegen, weil sie uns die Grundauslastung unserer Ausarbeitungsgeräte sichert. Ich kann selbstverarbeitenden Kollegen nur dazu raten, wenn möglich auch einen Citylab-Service anzubieten und zu pflegen. Gemessen an unserem Gesamtvolumen beträgt der „Fremdanteil“ etwa 15 bis 20 Prozent.

Wie haben Ihre Bilderkunden den Wechsel vom fotochemischen zum Inkjet-Bild wahrgenommen?

Erst einmal gar nicht – selbst die Fotografen und Citylab-Partner haben keine Reaktion gezeigt. Erst einige Wochen

nach der Umstellung wurde nachgefragt, ob wir ein Papier mit anderer Oberfläche verarbeiten würden. Damit war aber keine Kritik, sondern vielmehr ein Lob über die viel besseren Bildweißen verbunden. Ausgefressene Lichter sind beim Drylab kein Thema – da ist Weiß wirklich reines Weiß. Von unseren Amateurkunden hat sich bis heute nicht einer zu dem Systemwechsel geäußert.

„Ich kann selbstverarbeitenden Kollegen nur dazu raten, wenn möglich auch einen Citylab-Service anzubieten und zu pflegen.“

Hatten Ihre Mitarbeiter keine Vorbehalte?

Nein, im Gegenteil! Mit der Anschaffung habe ich auch ihnen einen Gefallen getan. Dank der Noritsu-Inkjetgeräte ist das Produzieren viel einfacher, unkomplizierter, effizienter geworden. Die Chemie, das Ansetzen, die Entsorgung, das Setup und der Dunkelsack haben ausgedient. Allerdings schmerzt es mich schon ein wenig, dass ich mein fotochemisches Wissen, das ich über Jahrzehnte erworben habe, nun nicht mehr nutzen kann.



► Die prominent platzierten HPT-Terminals befinden sich unmittelbar neben dem Eingang.

Abb.: fe

Welche Bildprodukte fertigen Sie in welchen Mengen selbst?

Die Standardformate bilden mit etwa 35 Prozent den größten Anteil. Sonderformate machen rund 20 Prozent aus. Das sind durchweg kleinere Bilder sowie Karten und Bilder in den exotischsten Formaten, die sonst niemand macht. Damit haben wir uns ein Monopol geschaffen. Den etwa gleichen Anteil erzielen Poster und Großvergrößerungen von 20 cm × 30 cm bis 30 cm × 90 cm. Der Portraitanteil beträgt ungefähr 25 Prozent. Da wir nur über ein Studio verfügen, täglich aber viele Paß- und Bewerbungsbilder zu machen haben, ist unser Portraitgeschäft weitgehend auf diese Produkte begrenzt.

Wie kommen Sie zu den vielen Paßbildkunden?

Es gibt hier nur noch wenige Anbieter, die diese Bilder machen, und ich war einer der ersten, der für die biometrischen Paßbilder ein VST-System eingesetzt hat, das problemlos funktioniert. Mit den damit erzeugten Bildern, die wir aber immer mit unserem Lab ausgeben, haben die Kunden beim Paßamt keine Probleme.

Und der Paßbild- wie der Bewerbungsbildkunde bekommt seine Bilder wenige Minuten nach der Aufnahme ausgehändigt. In Baden-Baden leben viele ausländische Mitbürger, die Paßbilder benötigen. Extra für diese Kundschaft haben wir selbst eine Mappe mit den amtlichen landesspezifischen Vorgaben von 120 Staaten erstellt. Anlog dazu haben wir mit Photoshop die dazu notwendigen Masken angelegt. Diese Mappe legen wir den Kunden vor, so dass sie sicher sein können, von uns die für ihre Dokumente notwendigen Bilder in der vorgeschriebenen Anzahl und im richtigen Format zu bekommen. Sowas spricht sich halt herum.

Welche Bildmehrwertprodukte werden am meisten nachgefragt?

Gestaltete beidseitig bedruckte Karten aller Art sind beispielsweise Bildprodukte, die sowohl uns als auch den Kunden viel Freude bereiten. Es gibt dafür etliche Anlässe, wie Hochzeiten, runde Geburtstage, Jubiläen aller Art, die Kunden veranlassen, ausgefallene Einladungs- und/oder

► Dank der anschaulichen „Anschnitt“-Vorlage, die bei den Terminals liegt, ist der Kunde gleich „im Bilde“.

Abb.: fe





► Aus Kundensicht: das „Fachlabor“ mit den beiden Noritsu Duplex-Geräten.

Abb.: fe



► Hier werden überwiegend Paßfotos und Bewerbungsbilder gemacht. Rechts im Bild die VST-Station. Ausgegeben werden die Bilder aber mit den Inkjet-Geräten.

Abb.: fe

Danksagungskarten zu versenden. Die Vorlagen erstellen wir mit Photoshop. Da engagieren wir uns mächtig. Durchweg kommen unsere Grußkarten auch bei den Empfängern so gut an, so dass sie beim Absender nachfragen, wer die Karten hergestellt hat. Dann kommt unser Name ins Spiel. Diese Mund-zu-Mund-Propaganda beschert uns nicht nur bei Grußkarten immer wieder neue Kunden. Natürlich produzieren wir die Karten mit unseren Inkjetlabs. Dabei zeigt sich, der Nutzen der Maschinen ist schon enorm.

Was hat Sie veranlaßt, dieses Bildprodukt anzubieten?

Die Nachfrage, die es auch schon vor zehn Jahren gab. Nur haben die Kunden damals noch nach neutralen Karten geschaut, in die sie ein Bild eingeklebt haben. Als immer öfter gefragt wurde, ob wir die Karten auch mit individuellem Text versehen könnten, kam uns die Idee, komplette Karten anzubieten. So hat es sich entwickelt, und nun liefern wird das Produkt in schönster Vollendung.

Wie vermarkten Sie Ihre Karten?

Immer im persönlichen Gespräch. Anlaßbezogen kommt der Kunde zu uns und fragt nach Gruß- oder Einladungskarten.

Dann zeige ich ihm ein Muster und erkläre ihm, dass so eine beidseitig farbige Karte einschließlich Umschlag pro Stück 2,50 Euro kostet. Mengenabhängig sinkt dieser Stückpreis bis auf 2,00 Euro, wenn er die Karte zu Hause mit unserer Heim-Software selbst gestaltet. Möchte er die Karte statt dessen von unserer Grafikerin professionell gestaltet haben, dann berechnen wir für den Entwurf zusätzlich 45 Euro. Den Betrag begründen wir damit, dass unsere Grafikerin daran rund eine Dreiviertelstunde arbeitet. Stimmt der Kunde zu, erstellen wir bis zum nächsten oder übernächsten Tag den Entwurf und fixieren mit dem Kunden einen Termin zur Abstimmung, Textkontrolle und Freigabe hier im Geschäft. Dank unserer Inkjetgeräte können wir den Entwurf mühelos als einzelne Karte ausgeben. Das erleichtert die Abstimmung erheblich, weil der Kunde gleich das fertige Produkt vorgelegt bekommt.

Wäre es nicht einfacher, dem Kunden den Entwurf online zu übermitteln?

Unsere Vorgehensweise beruht auf praktischer Erfahrung und hat sich bestens bewährt. Die Abstimmung des Entwurfs nehmen wir bei allen Bildprodukten, die wir für Kunden gestalten, grundsätzlich



► Auch an der Präsentationslounge stößt der Kunde auf ansprechende Fotobuch-Muster.

Abb.: fe



➤ Gegenschuß von der Theke: Teilansicht des Ladenlokals links vom Eingang.

Abb.: fe

bewußt hier im Geschäft und nicht online vor. Andernfalls zeigt der Kunde den Entwurf nämlich im Familien- und Bekanntenkreis herum und bekommt von jedem weitere Gestaltungsvorschläge. Dann folgt eine Änderung der nächsten und die Abstimmung wird zu einer langatmigen und für uns teuren „Pingpong“-Prozedur. Die Vor-Ort-Abstimmung ist für den Kunden wie für uns optimal. Da wir ihm ein fertiges Exemplar vorlegen, sieht er nicht nur die Gestaltung, sondern auch das Format, die Ausführung, etwa als Klappkarte, und er kann die Haptik prüfen. Das ist online nicht möglich. Zudem können wir dem Kunden auch unsere Gestaltungsentcheidung begründen. Nach der Druckfreigabe produzieren wir die Karten innerhalb von einer bis maximal vier Stunden. Diese Lieferzeit gilt ebenso bei der Eigengestaltung durch den Kunden. Dann eben ab dem Moment, an dem er uns die Daten übergibt. Den Abholtermin stimmen wir – wie stets – mit dem Kunden ab.

Gestalten die Kunden die Karten lieber selbst, oder überlassen sie die Gestaltung meistens Ihnen?

PC-affine Kunden kreieren sie gern selbst. Leute im gesetzteren Alter oder

der gestreßte Manager, der froh ist, wenn wir alles für ihn erledigen, lassen sie von uns gestalten. Aktiv werden wir auch, wenn wir merken, dass ein Kunde bei der Gestaltung am Terminal nicht so recht weiterkommt oder wenn er bestimmte Vorstellungen hat. Dann sprechen wir ihn an und verkaufen unsere Gestaltung als zusätzliche Dienstleistung. Damit ist mehr verdient als nur mit dem Mehrwertprodukt. Diese Vorgehensweise ist nicht nur auf Grußkarten beschränkt, sondern gilt ebenso für Kalender, Fotobücher, für alle Mehrwertprodukte. Die Kunden, die uns die Gestaltung überlassen, akzeptieren auch klaglos den zusätzlichen Gestaltungspreis. Und wenn ein Kunde mal darüber stöhnt, dann bitten wir ihn zu überlegen, was seine Feier oder sein Urlaub insgesamt kostet. Dann fallen die Gestaltungskosten nicht mehr ins Gewicht.

Wie viele Karten werden durchweg bestellt?

Ältere Kunden, deren Gäste meistens paarweise kommen, brauchen zwischen 25 und 35 Karten. Jüngere Kunden, die beispielsweise Einladungskarten für die Hochzeit benötigen, verlangen auch schon mal 70 Karten. Bis zu 200 Exemplare werden von Firmen geordert, die

bei uns ihre Weihnachtsgrüßkarten machen lassen. Die Unternehmen haben wir nicht selbst akquiriert. Sie sind irgendwo zufällig auf unsere Karten gestoßen und haben uns von sich aus angesprochen.

Sie produzieren verschiedene Fotobücher für Ihre Kunden?

Wie Bilder und andere Bildprodukte, können die Kunden bei uns auch Fotobücher erstellen und ordern. Entweder hier im Geschäft am Terminal oder daheim am eigenen PC. An unseren Terminals wie für die Onlinebestellung setzen wir die leicht zu bedienende HPT-Software ein. Kunden, die noch keine Erfahrung mit der Software haben, weisen wir hier im Geschäft in die wichtigsten Funktionen und die elementaren Bedienschritte ein, so dass ihnen der Start leichtfällt. Da sie funktionell gut und nicht überfrachtet ist, kommen die meisten Kunden auf Anhieb damit zurecht. Die Kunden, die ihr Buch daheim erstellen, übermitteln uns die Buchdaten zum Ausarbeiten ausschließlich online. Dass ein Kunde die Daten auf einen USB-Stick speichert und damit zu uns ins Geschäft kommt, habe ich noch nicht erlebt.

Aus welchen Gründen entscheiden sich Kunden fürs Fotobuch?

Durchweg entsteht jedes Buch anlaßbezogen: der runde Geburtstag, die Hochzeit, ein Jubiläum, Urlaub und Reise sowie Geburt und Kinder. Eine andere Präsentationsform ist selten der Grund für die Wahl eines Fotobuchs. Aber die wenigen Kunden, die anstelle des klassischen Fotoalbums ein Fotobuch erstellen, die machen es nicht online, sondern am Terminal im Geschäft.

Wollen die meisten Kunden, wie von Kodak behauptet, ihr Fotobuch am liebsten sofort haben?

Zu uns kommt eher der unbedarfte Kunde, der sein Fotobuch unkompliziert und möglichst sofort haben möchte. Mit unserem Service können wir diesen Wunsch erfüllen. Die sofortige Verfügbarkeit ist für viele schon entscheidend. Zum einen, weil sie das Fotobuch anlaßbezogen kurzfristig brauchen, zum anderen, weil wir unser „Fotobuch sofort zum Mitnehmen“ regelmäßig bewerben.

Welche Fotobücher sind am meisten gefragt?

Am besten laufen die Bücher im A4-Querformat, A4 hoch dagegen weniger. Arg beliebt sind bei unseren Kunden auch die 20×20-cm-Bücher im Taschenformat. Diese Klientel bevorzugt Bücher mit geringerem Umfang von 12 bis maximal 24 Seiten plus Umschlag. Zumeist verkaufen wir diese Bücher mit einem festen Einband, der einfacher und rascher herzurichten ist als ein Softcover, das mehr Handgriffe erfordert. Alle Hardcoverbücher liefern wir im 1- bis 4-Stunden-Service, alle Softcover-Bücher im 12-Stunden-Service.

Produzieren Sie auch Edel-Bücher?

Zusätzlich zum Amateurbereich fertigen wir noch exklusive Fotobücher und andere Bildmehrwertprodukte von Scavorlagen und von Aufnahmen an, die wir als

Auftragsarbeiten für Kunden fotografieren. Das sind durchweg sehr aufwendig gestaltete Mehrwertprodukte als Familienchronik, zur Präsentation von Sammlungen und Architektur. Dabei sind makellose Qualität und exakte Ausführung entsprechend dem Kundenwunsch wichtiger als eine kurze Lieferzeit. Auch der Preis ist dabei sekundär.

Decken Sie auch den Fotobuchbedarf von Vereinen und Organisationen?

Kaum, weil es in jedem Verein mindestens einen Freak gibt, der die Bücher in Perfektion selbst gestaltet und sie dann bei Cewe produzieren läßt.

Sie liefern neben den eigenen auch Cewe-Fotobücher?

Wir haben auf unserer Homepage einen Link von Ringfoto, der auch die Software von Cewe beinhaltet. Diese Kunden kreieren ihr Buch nicht hier im Geschäft, sondern daheim, holen das fertige Buch aber bei uns ab. Dadurch habe ich persönlichen Kontakt zu ihnen, kann ich ihnen eventuell noch zusätzlich etwas verkaufen und sie darauf hinweisen, dass sie ihr Fotobuch bei uns in Springmann-Qualität sogar „im Stundenservice“ bekommen können. Aus diesen Gründen betreiben wir den Abholservice für Cewe-Fotobücher.

Verkaufen Sie mehr selbstproduzierte oder mehr Cewe-Fotobücher?

Mengenmäßig hält's sich ungefähr die Waage, wobei ich mit unserem Eigenanteil durchaus zufrieden bin. Schließlich ist Cewes Fotobuchangebot durch deren massive Markt- und Werbepresenz überall bekannt. Damit müssen wir – wie mit anderen Wettbewerbern übrigens auch – leben. Wir prüfen und optimieren regelmäßig unser Angebot und unseren Service, um uns deutlich von anderen zu unterscheiden und in unserem Heimatmarkt entsprechend zu profilieren. Gerade bei Fotobüchern bestimmt der Marktführer das Preisniveau.



➤ Beidseitig bedruckte Klappgrußkarten werden von den Kunden wie von Detlef Springmann gleichermaßen geschätzt.

Abb.: fe

Trifft das auch bei Kalendern zu?

Prinzipiell gilt das für alle Bild- und Bildmehrwertprodukte. Wenn ein Kunde entsprechenden Bedarf hat, informiert er sich im Internet oder beim Drogeriemarkt. Mit den Preisvorstellungen kommt er dann – hoffentlich noch – zu uns. Dann sind wir gefordert, ihn von unseren Leistungen und unseren Preisen zu überzeugen, beziehungsweise unseren Stammkunden bei der Stange zu halten. Wir bieten Kalender in verschiedenen Formaten und Ausführungen mit Spiralbindung an. Fragt ein Kunde nach dem Preis, zeige ich ihm als Muster eine gedruckte Version – wie aus der Bilderfabrik – und unseren Premiumkalender auf Fotopapier. Unser Premiumprodukt beginnt bei 19,50 Euro, ab einer Menge von vier Stück verringert sich der Stückpreis auf 15,50 Euro. Die Fabrikversion kostet fünf Euro weniger. Dann merkt sich der Kunde den Sprung von 19,50 Euro auf 15,50 Euro abzüglich fünf Euro. So landet er gedanklich beim Fabrikpreis und speichert, dass er den Kalender bei uns zum gleichen Preis bekommt und bestellt letztlich doch unser hauseigenes Premiumprodukt.

Welchen Stellenwert hat das Kalendergeschäft für Sie?

Es ist interessant und funktioniert mit der HPT-Software wirklich genial. Wir beschränken uns ja nicht nur auf den üblichen Jahreskalender von Januar bis Dezember, sondern verkaufen zunehmend auch Geburtstagskalender, die irgendwann im Jahr starten und den folgenden 12-Monatszeitraum abdecken. Allerdings ist die Nachfrage nach Kalendern nach wie vor am Jahresende am größten. Dann kommt es durchaus vor, dass Kunden mehrere identische Kalender ordern, die sie Freunden und Verwandten schenken. Zusätzlich zu den Amateuren versorgen wir alljährlich auch Künstler, die ihren eigenen Kalender als Weihnachtspäsent für ihre Kunden

Kurzportrait Foto Detlef Springmann

- **Firmenart**
Fotofachgeschäft, Fotostudio
- **Adresse**
76532 Baden-Baden
Ooser Bahnhofstraße 31
- **Telefon** 07221/180 666
- **Internet** www.foto-springmann.de
- **E-Mail** info@foto-springmann.de
- **Öffnungszeiten**
Montag, Dienstag, Donnerstag,
Freitag 8.30–13.00 Uhr und
14.30–18.30 Uhr
Mittwoch 8.30–13.00 Uhr
Samstag geschlossen
- **Eigentümer** Detlef Springmann
- **Beschäftigte**
fünf Mitarbeiter, zwei davon in
2/3 Teilzeit und Detlef Springmann
- **Gegründet** 1964 als Drogerie
- **Gründer** Klaus Springmann (Vater)
- **Lage**
1A-Vorortlage nahe dem Hauptbahnhof, gut erreichbar, Kurzparkzone und Parkplätze am Geschäft und in der Nähe
- **Ladenfläche**
160 m² einschließlich 30 m² Studio und Besprechungszone plus 160 m² im Kellergeschoß mit Analog-AP, Werkstatt für Kaschier-/Aufzieharbeiten, Rahmung, Passepartouts, Fun- und Geschenkartikel und Nebengebäude Papierlager
- **Angebotsumfang**
Foto-Vollsortimenter
- **MietSERVICE**
Drucker, Kameras, Beamer
- **Studiogeschäft**
hauptsächlich Paß- und Bewerbungsbilder
- **Ausarbeitungstechnik**
Noritsu QSS Green,
Noritsu D1005 HR,
Noritsu-V30-Filmentwicklungs-
maschine,
Noritsu-Scanner HS-1800,
zwei Epson-LFP mit 60 cm/
111 cm Arbeitsbreite,
sieben Annahmeterminals,
fünf EBV-Arbeitsplätze
- **Buchbindesysteme**
Fastbind, Opus
- **Leistungsumfang**
Bilddienstleistungen aller Art
einschließlich Bildmehrwert- und
Funprodukte
- **Citylabfunktion**
für Fotografen und Fotofach-
händler
- **Einzugsgebiet**
Großraum Baden-Baden und
bis zu 15 km Umland
- **Kundenstruktur**
alle Bevölkerungs- und Einkommens-
schichten, tendenziell Gutverdiener;
85 Prozent Stammkundenanteil,
etwa 15 Prozent Laufkundschaft
- **Wettbewerber im unmittelbaren
und weiteren Einzugsgebiet**
dm, Müller (5), ein Media-Markt,
zwei Expert-Octomedia-Märkte,
viele Verbrauchermärkte, diverse
Discounter, drei Fotofachgeschäfte
- **Kooperationsmitgliedschaft**
Ringfoto-Gesellschafter seit 1996



➤ Rollende Litfaßsäule:
der Firmenwagen.

Abb.: fe



► Aktuelle Aufnahmegeräte werden so attraktiv präsentiert, dass Kunden draußen am Schaufenster wie im Geschäft die Produkte gleichermaßen gut wahrnehmen können.

Abb.: fe

bei uns herstellen lassen. Das sind dann beispielsweise 65 edle 30×45-cm-Kalender oder 30 20×30-cm-Kalender.

Stehen Fotokalender zum Jahresende preislich nicht besonders unter Druck?

Das ist auch so ein unrühmliches Beispiel für unnötig margenvernichtende „Aktionitis“. Just zum Jahreswechsel, wenn der Artikel am meisten nachgefragt wird, den Preis dafür zu senken, widerspricht doch jeder kaufmännischen Logik. Voriges Jahr haben wir mit einer Anzeige unseren höherpreisigen „Exklusivkalender in der Zeit vom 15. Oktober bis zum 15. November zum günstigeren Preis der Normalausführung im Vier- bis Sechs-Stunden-Service“ beworben, um den Ansturm vor Heiligabend abzufedern. Im genannten Zeitraum hat kein Kunde auch nur einen Kalender bestellt. Wie in jedem Jahr, wurden die Kalender im Dezember verlangt. Dabei beriefen sich die Kunden auf die kurze Lieferzeit, die wir doch kürzlich beworben hätten. Auf die Preisdifferenz zwischen Normal- und Premiumausführung sind wir dagegen von keinem

Kunden angesprochen worden. Spätestens seither ist mir endgültig klar, dass es unsinnig ist, Kalender mit Rabatt zu verkaufen.

Wie hat sich Ihr Mehrwertaufkommen vom Beginn an bis heute entwickelt und wie seit der Installation der Duplexgeräte?

Über die Jahre ist es langsam gewachsen, weil wir die Bildkunden für die neuen Bildprodukte erst einmal sensibilisieren mußten. Da wir nun schon lange Mehrwertprodukte anbieten, ist unsere Ausgangsbasis anders als bei Kollegen, die mit einem Duplexlab erst kürzlich in die eigene Mehrwertproduktion eingestiegen sind. Allerdings hat sich das Aufkommen seither insgesamt und bei unserem Lieblingsprodukt, den beidseitig bedruckten Grußkarten, weiter erhöht. Dafür sprechen zwei Gründe. Zum einen ist mit den Duplexgeräten die Produktion deutlich einfacher geworden, was die Mitarbeiter motiviert, diese Produkte mehr als zuvor anzubieten. Zum anderen ist die Bildqualität und die

Paßgenauigkeit dank der Geräte so hervorragend, dass sich auch mehr Kunden für unsere Bildprodukte entscheiden. Unsere überall im Geschäft ausliegenden Muster scheinen die Kunden zu überzeugen. Wir produzieren Karten, Kalender und Fotobücher ausschließlich mit den beiden Noritsu-Geräten.

Konnten Sie mit den Mehrwertprodukten den Rückgang im Standardbildgeschäft kompensieren?

Nicht bei der Menge, wohl aber beim Ertrag. Allerdings war das Standardgeschäft einfacher und weniger lohnintensiv. Mit Installation der Duplexlabs ist auch die Produktion von Grußkarten und Fotobüchern wieder einfacher für uns geworden. Aufwendig ist da schon noch das Handling bei den Funprodukten.

Sie räumen den Funprodukten viel Raum im Geschäft ein?!

Um sie verkaufen zu können, müssen wir sie präsentieren. Das geht bei unserem großen Sortiment an personalisierten



> Teilansicht des Geschäfts vom Studio aus gesehen.



> Auch Tassen und Smartphone-Hüllen können bedruckt sein.

Abb.: fe

Abb.: fe

Kurzinformation Stadt Baden-Baden

- > **Lage**
an der BAB A5, Ausfahrt
Baden-Baden Nr. 51,
zwischen Karlsruhe (im Norden)
und Offenburg (im Süden)
- > **Bundesland** Baden-Württemberg
- > **Kfz.-Kennzeichen** BAD
- > **Fläche km²** 140,22
- > **Einwohner insgesamt**
(30.6.2013) 53.595
- > **Einwohner Stadtteil Oos**
(30.6.2013) 7.744
- > **Bevölkerungsdichte insgesamt**
Einwohner pro km² 382,2
- > **Stadtteile** 11
- > **Größte Ost-West-Ausdehnung**
in km etwa 16
- > **Größte Nord-Süd-Ausdehnung**
in km etwa 20
- > **Tiefster Punkt in m über dem**
Meeresspiegel in Geggenau 112
- > **Hbf. in Oos in m über dem**
Meeresspiegel 126
- > **Höchster Punkt in m**
über dem Meeresspiegel
auf der Badener Höhe 1003

Basisdaten Wirtschaft

- > **Sozialversicherungspflichtige**
Beschäftigte (Juni 2012) 31.306
- > **Arbeitslosenquote in %**
(Dez. 2013) 5,6
- > **Einpendler (Juni 2012)** 21.345
- > **Auspendler (Juni 2012)** 7.980

Beschäftigte nach Wirtschaftssektoren

- > **Produzierendes Gewerbe in %** 21,5
- > **Dienstleistungen in %** 78,0
- > **Forst-/Landwirtschaft in %** 0,5

Einzelhandelsdaten

- > **Zahl der Ladengeschäfte**
etwa 490
- > **Verkaufsfläche in m²** etwa 100.000
- > **Ungebundene Kaufkraft* je**
Einwohner in Euro 22.948
im Vergleich Baden-Württemberg*
in Euro 15.370

Kaufkraft-Kennziffer* 149

(zum Vergleich: Land 100)

> Quellen

Internetseiten der Stadt Baden-Baden
(www.badenbaden.de),
Statistisches Landesamt Baden-
Württemberg (www.statistik-bw.de),
wikipedia (de.wikipedia.org)

* Stand 2009

> Verkaufsfördernde Maßnahme

Weil die Produktion mit den Duplex-
geräten einfach geworden ist, bieten
auch die Mitarbeiter die entsprechenden
Bildmehrwertprodukte gern und oft an.

Bildpreis. „Schnell“ wird automatisch mit „teuer“ verknüpft. Weil wir das wissen, argumentieren wir seit jeher anders. Wir erklären dem Kunden zuerst kurz den Leistungsumfang des Premiumbildes und sagen ihm dann, dass er den Preis nicht für die Schnelligkeit, sondern „nur für die Qualität“ bezahlt. Das ist logisch und wird von den Kunden akzeptiert.

Achten Sie auch bei Mehrwertprodukten auf kurze Lieferzeiten?

Statt Arbeit erst im Regal zu stapeln, erledigen wir sie sofort. Das gelingt uns durch gute Organisation, mit der vorhandenen Technik und dank qualifizierter Mitarbeiter. Der Kunde, der hier in der Mittagspause sein Fotobuch gemacht hat, geht zurück ins Büro und zeigt es seinen Kollegen. Natürlich fragen die ihn, wie er so schnell an ein fertiges Fotobuch gekommen ist. Schon macht der Kunde Werbung für uns.

Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Rahmen- und Albengeschäft?

Der Rahmenabsatz ist immer noch stabil, denn Portraitbilder und Großvergrößerungen hängt niemand ungerahmt an die Wand. Das funktioniert auch in Kombination mit dem Bildergeschäft. Jemand, der ein Bild verschenkt, braucht

auch einen schönen Rahmen dazu. Da wir Maßrahmen fertigen, Passepartouts schneiden und Einrahmungen aller Art vornehmen, sind wir mit der Entwicklung dieses Segments zufrieden. Vor allem edle Rahmen verkaufen sich hier sehr gut. Im Gegensatz dazu ist der Albenabsatz marginal. Doch wir haben einige Kunden, die digital fotografieren, ihre Bilder aber weiterhin in ein Album kleben. Denen fertigen wir unser klassisches Galeriebild mit weißem Rand und verkaufen ihnen ein exklusives Fotoalbum dazu. Auf den schwarzen Albumseiten wirken die Bilder sehr edel.

Beeinflußt das Kamerageschäft Ihr Bildergeschäft?

Durchaus, da wir überwiegend hochwertige Systemkameras und exklusive Sucherkameras verkaufen. Käufer solcher Aufnahmegeräte zeigen sich durchweg auch Bildmehrwertprodukten gegenüber aufgeschlossen. Wir haben viele Stammkunden, die ihre Kamera nicht im Netz, sondern bei uns kaufen. Derjenige, der sie im Technikmarkt oder bei einem der vielen Internetanbieter erwirbt, der fragt bei uns erst gar nicht danach. Aber der kommt vielleicht wegen der Bilder zu uns. Und mir sind die Bilder alles in allem lieber als die Kameras. Wir werden keinen Kunden vergraulen, der eine Kamera haben möchte, denn sie erhöht unsere

Chance ganz erheblich, dass wir ihn als Bilderkunden gewinnen oder behalten.

Wie bringen Sie Kamera-käufern Ihre Bilddienstleistungen nahe?

Wir bieten die Kamera immer im Bundle mit Zubehör zum Set-Preis an. Dazu gehören unter anderem eine Speicherkarte, ein Reinigungstuch, ein bezuschufter Premiumbild-Gutschein für 100 Fachlaborbilder. Der Gutschein ist zum Abstreichen, so dass der Kunde ihn für mehrere Premiumbildaufträge einsetzt. Dadurch kommt er öfter ins Geschäft, was uns nur recht ist.

Wie bewerben Sie Ihre Dienstleistungen?

Seit jeher bewerben wir nie den Preis, sondern immer einen mengen- oder formatbezogenen Nachlaß. Dazu verteilen wir die verschiedensten Gutscheine. Bei Vorlage des 90er Premiumbild-Gutscheins beispielsweise bekommt der Kunde 90 Premiumbilder, bezahlt aber nur 65. Beim 60er Gutschein erhält er die 60 Premiumbilder zum Preis von 45. Das funktioniert auch, um weniger geläufige Formate zu pushen. Etwa ein 60×90-cm-Poster zum Preis eines 40×60-cm-Posters. Anschließend verkaufen wir dem Kunden noch einen Bilderrahmen oder das Aufziehen auf Fotoblock. Bei einer Fun-Artikel-Aktion

► Spielbretter mit individueller Bebilderung gehören zum großen Fun-Artikel-Angebot. Abb.: fe





➤ Birgit Kamper arbeitet an einem der vier Digital-Arbeitsplätze im Labor. Manchmal schauen ihr Kunden dabei zu, wenn sie deren Aufträge ausarbeitet.

Abb.: fe



➤ In der großen runden Präsentationslounge zwischen Mehrwert- und Fun-Produkten.



➤ Die auffällige „Leuchtreklame“ fürs Fotobuch steht – natürlich – im Blickfeld der Kunden.

Abb.: fe

zum Beispiel bekommt der Kunde drei Bilder-Handtücher, bezahlt aber nur zwei. Nach diesem Prinzip bewerben wir gezielt viele Bildprodukte unseres großen Programms.

Provozieren Sie damit nicht die Nachfrage nach Gutscheinen?

Ab und zu kommt die Frage. Ich erkläre dem Kunden dann, dass wir von Zeit zu Zeit Aktionen durchführen, um auf unsere Fachlaborleistungen aufmerksam zu machen. Der Gutschein solle es ihm erleichtern, zum Beispiel unser Fachlaborbild zu testen. Mit der Erklärung hat sich bisher noch jeder Kunde zufriedengegeben.

Wie streuen Sie Ihre Werbung und Ihre Gutscheine?

Den Kunden im Geschäft geben wir Werbeflyer und Gutscheine gern als Taschenbeileger mit, wobei wir den Kunden auf die jeweilige Aktion und den beigefügten Gutschein ausdrücklich hinweisen. Paßbildkunden, die noch keine Amateurbildkunden bei uns sind, legen wir einen „Anfreiß“-Gutschein für 40 Bilder zum Preis von 20 Bildern zu ihren Paßbildern. Alternativ geben wir reine Werbeflyer für

Grußkarten und Kalender dazu, die wir aber nie rabattiert bewerben. Umgekehrt geben wir dem Standardbildkunden schon mal einen Rabattgutschein für Poster, Leinwandbilder oder den 50×75-cm-Fotoblock zum Preis des kleineren 30×60-cm-Pendants in die Fotoarbeitertasche. Zu Beginn eines Jahres verteilen wir an alle Haushaltungen in unserem Einzugsgebiet ein selbsterstelltes Bonusheft mit dem Titel „So fängt das Jahr gut an“. Es gleicht einem Scheckheft und enthält 12 beidseitig bedruckte Seiten. Die Vorderseite ist jeweils als Rabattgutschein für Bilddienstleistungen ausgeführt. Nur mit einem werben wir – nach bewährtem Muster – für Bilderahmen: drei nehmen, zwei bezahlen. Auf der Rückseite der Gutscheine bewerben wir jeweils ein Bildprodukt. Das Heft ist genial, es kommt bei den Konsumenten gut an, wie wir an den Rückläufen erkennen können.

Sie schalten auch Zeitungsanzeigen?

Einmal monatlich belegen wir in einer Zeitung, die wöchentlich kostenlos an alle Haushaltungen in Baden-Baden, Bühl



Theke und Studio stoßen Kunden auf eine Vielzahl von
Abb.: fe



➤ An jedem Terminal findet der Kunde ansprechende „Bild“-Muster vor. Abb.: fe

und dem Umland verteilt wird, den unteren Teil der Titelseite über die volle Seitenbreite. Das ist kostspielig, aber im Gegensatz zu den Anzeigenfriedhöfen im Innenteil effizient. Die prominente Platzierung nutzen wir überwiegend dazu, um diverse Bonusgutscheine für die verschiedenen Bilddienstleistungen unters Volk zu bringen. Das kann in einem Monat der Bilderrabatt, im nächsten die Aufzieharbeit, im dritten der vergünstigte Plott sein. Aus wettbewerbsrechtlichen Gründen muß der Kunde den jeweiligen Gutschein ausschneiden und zum Einlösen mit ins Geschäft bringen. Bei den wenigen reinen Werbeanzeigen, die wir dort auch schalten, beschränken wir uns auf Grußkarten, Fotobücher, Kalender, die wir aber stets ohne jeden Nachlaß offerieren.

Wie hoch ist die Rücklaufquote der verteilten Gutscheine?

Dadurch, dass wir sie gezielt ausgeben beziehungsweise inserieren, werden erfreulich viele Gutscheine eingelöst. Auch recht schnell, da wir das Gültigkeitsdatum auf vier Wochen begrenzen. Damit wollen wir verhindern, dass die Gutscheine

gesammelt werden, um vor Weihnachten nicht die Leinwand mit Rabatt verkaufen zu müssen. Deshalb achten wir bei allen Aktionen und Werbemitteln sehr darauf, dass sie den wettbewerbsrechtlichen Vorgaben entsprechen.

Nutzen Sie als Ringfoto-Mitglied auch das Handelsmarketing der Kooperation?

Ja, aber selektiv. Wir machen alle gerätebezogenen Kamera-, Digibonus- und Plakataktionen mit. Unsere Dienstleistungen bewerben wir selbst, weil das Ringfoto-material überall auftaucht und weil dabei für meinen Geschmack zu oft auf den Preis losgegangen wird. Damit würde ich meine jahrelange Werbe- und Aktionspraxis konterkarieren.

Wie würden Sie Ihr Unternehmen kurz und knapp beschreiben?

Wir sind ein lange bekanntes, modernes Fotofachgeschäft mit ausgeprägter Dienstleistungskultur. Qualität steht bei uns seit jeher an erster Stelle, nahezu gleichbedeutend ist für uns Schnelligkeit. So kommunizieren und leben wir es – zur Zufriedenheit unserer Kunden.



➤ Motive gibt es zuhauf. Warum nicht einen Fotokalender damit bestücken?! Längst produzieren D. Springmann und sein Team Kalender nicht nur zum Jahresende. Abb.: fe



► In Köln finden Besucher den Noritsu-Stand der Mümken Sales in Halle 3.1, A-20/B-21.

Abb.: Werbeatelier J. Reichert

Die Selbstverarbeitung hat gerade im digitalen Bildergeschäft überzeugende Vorteile, wie die bedarfsabhängige, schnelle, höchst flexible und individuelle Produktion von Bildern in Standard- und Panoramaformaten, von Bildmehrwertprodukten, wie Fotobüchern, Kalendern, Grußkarten, PDF-Dokumenten, von Paß- und Bewerbungsbildern bis hin

tungseinsteiger ebenso wie Betreiber, die eine Modernisierungs- oder Erweiterungsinvestition vornehmen wollen. Gerade personalisierte Bildmehrwertprodukte fragen Kunden nur bei entsprechendem Bedarf, dann aber häufig kurzfristig nach. Diese durchweg margenträchtigen Artikel bereichern das Bilderangebot des Fotohändlers und tragen dazu bei, das vielfach stark rückläufige Volumengeschäft mit Bildern in Standardformaten auszugleichen. Deshalb ist es fürs gegenwärtige wie zukünftige Geschäft moderner Bilddienstleister so wichtig.

Zugkräftig

Mümken Sales mit Noritsu auf der photokina 2014

zu hochwertigen Portraitbildern. Auf ihrem Stand wird die Mümken Sales GmbH umfassend deutlich machen, wie sich aktuelle Noritsu-Technik erfolgreich fürs eigene Bildergeschäft nutzen läßt.

Größte Produktionsflexibilität

Angesprochen sind Fotohändler und Fotografen genauso wie die Profis aus Groß- und Fachlaboren, Selbstverarbei-

„Wir zeigen in Köln, wie diese Anbieter ihren Kunden punktgenau individuelle Fotomehrwertprodukte zum Mitnehmen produzieren können. Das Fotobuch ‚in einer Stunde‘ ist nicht mehr nur ein abgewandelter Slogan, sondern dank Eigenverarbeitung durchaus Realität“, versichert Dipl.-Ing. Thomas Mümken, Geschäftsführer der Mümken Sales, Hünxe. Dabei decken die Vorteile der schnellen und



➤ Das QSS Green zeichnet sich durch die Wendeautomatik aus, die den beidseitigen Druck sehr komfortabel gestaltet.

Abb.: NK Works Co., Ltd.

Vom 16. bis 21. September 2014 steht Köln wieder im Blickpunkt der Fotografie. Viele Bilddienstleister, Fotofachhändler und Fotografen werden auch diesmal wieder den Stand der Mümken Sales aufsuchen. Der seit Jahresbeginn in Hünxe ansässige Noritsu-Distributor präsentiert sich, das aktuelle Noritsu-Geräteprogramm, Systemzubehör, wie Annahmestationen, Buchbindesysteme, Software, und – natürlich – die mit dem Equipment zu fertigenden Bildprodukte in Halle 3.1, A-20/B-21.

bedarfsgerecht individuellen Eigenproduktion das ganze Ausarbeitungsspektrum ab, vom kleinformigen Bild über Poster bis zu den vielen Individualprodukten. Zu den unbestreitbaren Vorzügen zählt auch die hervorragende Bildqualität, die Noritus Inkjet-Geräte über alle Produkte sicherstellt. Gegenüber elektrofotografisch erzeugten Fotobüchern etwa, die von Großlaboren zentral produziert werden, schneiden solche, die mit Noritsu-Trockenlabs ausgegeben werden, bei der Bildqualität deutlich besser ab. Immerhin übertrifft der Farbraum des Inkjet-Verfahrens sogar den von Echtfotopapier.

Die Hünxer demonstrieren auf ihrem photokina-Stand denn auch die gesamte Fertigungsstrecke und den gesamten Arbeitsablauf von der Bestelleingabe am Terminal, alternativ der Onlinebestellung von zu Hause, über die Produktion mit dem Inkjet-Printer bis zur Ausgabe von Bildern und Bildmehrwertprodukten. In Köln werden zwei QSS Green II, ein QSS Green

und ein D705 Green (s. auch S. 5–8) des aktuellen Noritsu-Inkjet-Geräteprogramms sowie mit einem QSS-3704 HD auch ein fotochemisches Modell betriebsbereit vor Ort sein. Immerhin ist Noritsu der einzige Geräteanbieter, dessen Inkjet-Geräte allesamt duplexfähig „und damit uneingeschränkt zukunftsfähig sind. Mit der Anschaffung eines neuen Trockenlabs bindet sich der Betreiber technisch und wirtschaftlich für die nächsten vier bis fünf Jahre. Nur unsere duplexfähigen Modelle, die wahlweise einseitig wie beidseitig printen können, bieten dem selbstverarbeitenden Fotohändler und Fotografen größtmögliche Produktionsflexibilität. Sie ermöglichen ihm, vom Standardbild bis zum personalisierten Bildmehrwertprodukt alle Bilderwünsche seiner Kunden zu erfüllen“, verdeutlicht Thomas Mümken.

Modernes System-Terminal

Für die Auftragsannahme unentbehrlich, werden die Hünxer auf ihrem Stand zwei

systemkompatible HPT-Annahmestationen vorführen. Das speziell auf die deutschen und europäischen Konsumenten abgestimmte Terminal ist technisch auf dem aktuellsten Stand und preislich besonders attraktiv. Das Herzstück der Station besteht aus einem Dell-OptiPlex-PC mit i3-Intel-Prozessor, 4 GB Arbeitsspeicher und 500 GB-Festplatte. Bedient wird das Terminal über einen Infrarot-Touchscreen-Monitor mit einer Bildschirmdiagonale von 23 Zoll. Zur blendfreien Bildbetrachtung und Eingabe kann er leicht geneigt werden. Zur Datenaufnahme dient ein – dank USB-3-Anschluß – „schneller“ Multi-Kartenleser unten am Rahmen des Monitors. Ferner ist ein Bondrucker Bestandteil des HPT-Terminals. Diese Konfiguration haben die erfahrenen Techniker der Mümken Sales, Ralph Berg und Dieter Neus, nach eingehenden Kompatibilitätstests mit den Noritsu-Geräten und der ebenfalls eigenen HPT-Software erstellt und laufend aktualisiert. Angepaßt an die technische Entwicklung



► Noritsus Inkjet-Lab QSS Green II ist wegen seiner Vielseitigkeit und Zuverlässigkeit bei Fotohändlern, Fotografen und in Fachlaboren gleichermaßen beliebt.
Abb.: NK Works Co., Ltd.

wird die HPT-Station mit jeweils aktuellen Komponenten bestückt.

HPT – über 100 Funktionen mehr

Alle auf dem Stand installierten Kunden-terminals werden mit der neuesten Version – nämlich 7.5.1 – der „High Photo Transfer“-Software, kurz „HPT“ versehen sein. So kann der Bilddienstleister ab Version 7.5, die im Juli 2014 veröffentlicht wurde, unter anderem eine automatische E-Mail-Bestätigung mit allen relevanten Auftragsdaten bei Auftragseingang wie auch bei Auftragsannahme/-verarbeitung an den Kunden versenden. Natürlich ist es auch möglich, die E-Mail nach dem Ausarbeiten des Auftrags manuell zu versenden. Unter „Photo&Book“, der vom Konsumenten genutzten HPT-Software-Variante, wurde mit der Version 7.5 die Fotobuchgestaltung abermals erweitert. Unten am Bildschirmrand befindet sich ein „Filmstreifen“ mit der verkleinerten

Seitenvorschau. Komfortabel können Seiten bereits dort umsortiert werden, wengleich das nach wie vor auch in der (großen) Bearbeitungsansicht möglich ist. Wiederum für den Anbieter ist die mit 7.5 realisierte Paketpreisfunktion interessant. Dabei berücksichtigt HPT bei der Berechnung automatisch mengen- und formatabhängige Standardbild-Paketpreise, die der Fotohändler beispielsweise zeitlich befristet ins System eingibt.

Mit der Version 7.5.1 hat die Mümken Sales eine Änderung beim EU-Verbraucherschutz vom 13. Juni 2014 berücksichtigt. So hat jeder Online-Anbieter seinen Onlinekunden zu Auftragsbeginn die sogenannten „Vorvertraglichen Informationen“ anzuzeigen. Das sind die individuellen „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“ des Anbieters, die der Käufer vor dem Vertragsabschluß per Mausklick akzeptieren, auf Wunsch auch speichern und ausdrucken können muß,



Abb.: NK Works Co., Ltd.

bevor der Kauf rechtsverbindlich werden kann. Alternativ muß es dem Onlinebesteller auch möglich sein, die Bedingungen per Mausklick nicht zu akzeptieren, womit der Bestellvorgang abgebrochen wird. Diese wichtige Funktion sollte der Fotohändler/Fotograf/Bilddienstleister mit seinen AGBs versehen in den mit 7.5.1 bereitgestellten Platzhalter in der HPT-Kundenversion Photo&Book implementieren. Nur dann ist die Auftragsabwicklung gesetzeskonform. Eine ebenfalls recht nützliche Funktionserweiterung, die in Photo&Book eingepflegt worden ist, erleichtert die Medienzusammenführung. So kann der Konsument bei der Auftragszusammenstellung oder Gestaltung eines Fotobuchs am HPT-Terminal seines Fotohändlers von verschiedenen Medienquellen, Bilddaten aufrufen und laden. Zugriff hat er nicht nur auf die Bilddaten seines mitgebrachten USB-Sticks oder seines Ipads, sondern auch auf seine extern bei sozialen Netzwerken oder in

Clouds gespeicherten Bilddaten. „Unser Kiosk ist der einzige, der das dem Konsumenten so einfach macht“, versichert Thomas Mümken.

Eine weitere, ebenfalls einzigartige und schon länger in HPT verfügbare Funktion ermöglicht, mit einem HPT-Terminal RAW-Bilddaten anzuzeigen und direkt am Terminal zu bestellen. „Auch das ist ein Novum, weil das bislang an keinem anderen Kundenterminal möglich ist. Damit bietet der Fotofachhändler seinen RAW-fotografierenden Kunden einen besonderen Service, der sich für den Händler ideal zur Kundenbindung dieser besonders qualitätsorientierten Klientel eignet“, ergänzt der Geschäftsführer des Hünxer Unternehmens.

Die von Noritsu und der Mümken Sales selbst entwickelte HPT-Software wird



➤ Das aktuelle HPT-Kundenterminal besteht aus einem PC und 23-Zoll-Touchscreen-Monitor samt USB-3-Multikartenleser.
Abb.: fe

► Wie einfach sich mit dem Opus-Bindesystem Fotobücher mit Hardcover herstellen lassen, wird auch am Noritsu-Stand der Mümken Sales demonstriert.

Abb.: fe



► Die Fotobuchseiten im Opus-Fotobuch werden durch die stählerne Klemmschiene dauerhaft fixiert und gehalten.

Abb.: M. Wild

bereits seit einigen Jahren von Noritsu-Kunden erfolgreich zur Bildbestellung am Kundenterminal wie zur Online-Bildbestellung der Konsumenten bei ihrem Fotohändler eingesetzt. Seit Anfang 2012 und der Version 7.1 bis zur aktuellen Version 7.5.1 ist die leicht zu bedienende HPT-Software immerhin um mehr als 100 Funktionen erweitert worden. Im Zuge der Produktpflege wird sie von der Mümken Sales laufend weiterentwickelt.

Profis wie Fachlabore überzeugt

Natürlich stehen auf dem Stand die aktuellen trockenen Ausarbeitungsgeräte des Noritsu-Programms im Mittelpunkt. Als universellstes gilt das QSS Green II, von dem im gesamten Vertriebsgebiet der Mümken Sales inzwischen über 200 Geräte installiert worden sind. Es zeichnet sich durch exzellente „Bildqualität“, „Vielseitigkeit“ und „Erweiterbarkeit“ aus. Als Qualitätsbelege werden viele Bildmuster im Umfeld des Geräts präsentiert, wie große 30 cm x 91 cm messende Panoramabilder, Fotokalender, Bildgrüßkarten sowie typische Themenfotobücher.

Die Erweiterbarkeit belegen beispielhaft Direktausdrucke von PDF-Dateien, wie Zertifikate, Speisekarten, Handzettel. Noritsu EZ-Controller macht's problemlos möglich. Auch den sogenannten Coupon-Print. Als letztes „Bild“ eines Auftrags können so ein Gutschein, ein Qualitätssiegel zur eigenen Bildproduktion oder ein Werbeflyer fürs eigene Geschäft automatisch erzeugt werden. Natürlich kann der Fotohändler den Taschenbeileger auch als zusätzliche Einnahmequelle nutzen, indem er ihn als Werbemittel für andere regionale Geschäfte herstellt und mit seinen Fotoarbeiten verteilt.

Ein weiterer Beleg für die Vielseitigkeit ist eine automatische Bildverbesserung von Handy-Bilddateien. Die Funktion ist Bestandteil von Noritsu „Accu-Smart“. Wie wirkungsvoll die Bildoptimierung arbeitet, auch darüber können sich Besucher des Standes informieren. Bedürfte es noch eines Qualitätsbeweises, wie hervorragend die Bilder ausfallen, die Noritsu Duplex-Inkjet-Geräte in verschiedensten Formaten produzieren, die



➤ Abb.: Koelnmesse

Daten und Fakten zur photokina

➤ Dauer

Vom 16. bis 21. September 2014, täglich von 10.00 bis 18.00 Uhr

➤ Ort

Kölnmesse, Messegelände Köln-Deutz

➤ Ausstellung

Rund 1.000 Anbieter aus zirka 40 Ländern

➤ Eintritt

- Tageskarte: 46 Euro (29 Euro VVK)
- 2-Tage-Karte: 80 Euro (48 Euro VVK)
- Dauerkarte: 123 Euro (78 Euro VVK)
- Ermäßigte Tageskarte für Schüler, Studenten, Azubis, Rentner etc. 14 Euro (12 Euro VVK)
- Tageskarte für den Samstag oder Sonntag: 23 Euro (16 Euro VVK)
- Familien-Tageskarte (Samstag oder Sonntag): 48 Euro (34 Euro VVK)
- Gruppen Tageskarte von Dienstag bis Freitag (mind. 15 Personen): 23 Euro – nur im VVK
- Gruppen Tageskarte für Samstag oder Sonntag (mind. 15 Personen): 13 Euro – nur im VVK
- Katalog: 29 Euro (29 Euro VVK)

VVK = Vorverkaufspreise

➤ Quelle Koelnmesse

vielen Bildmuster auf dem Stand sprächen zweifellos für sich. Sie verdeutlichen den aktuellen Stand der Inkjet-Bildwiedergabe. Immer wieder zeigen sich nicht nur Fotoamateure, sondern auch erfahrene Profifotografen und Fachlabore von den Bild-Ergebnissen positiv überrascht. Gleichwohl haben Betreiber die Möglichkeit, im EZ-Controller verschiedene Profile auszuwählen. Das AgX-Profil verleiht den Bildern, die mit einem QSS Green/QSS Green II oder D705 Green ausgegeben werden, den Charakter fotochemisch ausgearbeiteter Fotos. Demgegenüber werden die Bilder bei Einsatz des Inkjet-Profiles deutlich lebendiger und kontrastreicher wiedergegeben. Somit kann der Betreiber eines aktuellen Noritsu-Inkjetlabs auch die Liebhaber von AgX-Bildern leicht zufriedenstellen.

Hightech für alle Bildprodukte

Mit vor Ort produzierten Mustern werden die Hünxer die Besucher ihres Standes auch von der Qualität und Güte aller ausgestellten Ausarbeitungsgeräte überzeugen. Mit dem D705 Green präsent

tiert Noritsu ein besonders preisgünstiges, vollwertiges Inkjet-Sondermodell für Einsteiger und Umsteiger, das, wie übrigens alle Noritsu-Inkjet-Geräte, duplextauglich ist (s. auch S.5–8). Es eignet sich beispielsweise für den Selbstverarbeitungsneuling, der sich von Thermosublimationsdruckern trennen möchte. Letztere sind formatmäßig stark eingeschränkt, und der Preis pro Print ist deutlich höher als bei Inkjet-Material.

Mit dem D705 Green erwirbt der Fotohändler/Fotograf ein solides Gerät, das einseitig Rollenware und doppelseitig Blattware „bedruckt“. Von der Rolle können Bilder bis zum Panoramaformat 25 cm x 60 cm und durch optionales Zubehör bis 25 cm x 171 cm ausgegeben werden. Durch die Duplexfunktion eignet sich der D705 Green auch hervorragend für die Eigenfertigung von Bildmehrwertprodukten. Als „Spezialist“ im Noritsu-Geräteprogramm gilt das QSS Green, das Rollenware einseitig und Blattware beidseitig bedruckt. Mit einer automatischen Wendeeinheit ausgestattet, ist es ein komfortabler Duplexdrucker



➤ Besonders wertige Fotobücher können mit den Unibind-Einbänden hergestellt werden. Auch davon werden Muster auf dem Stand der Mümken Sales zu sehen sein. Abb.: M. Wild



➤ Tolle Optik und wirklich kinderleicht zu handhaben

zur Fertigung hochwertiger Bildprodukte. Das macht ihn für alle selbstverarbeitenden Bilddienstleister attraktiv, die sich den stark wachsenden Markt der Bildmehrwertprodukte erfolgreich erschließen wollen.

„Mit den praxiserprobten Geräten unserer Modellpalette und dank unserer langjährigen Erfahrung im Selbstverarbeitungsmarkt sind wir in der Lage, jedem Anwender eine technisch wie wirtschaftlich sinnvolle Lösung zu präsentieren“, versichert Thomas Mümken.

Seidenraster und Fotobuchsysteme

Seit einiger Zeit kann der Noritsu-Distributor auch den Wunsch vieler Fotografen nach einem portraittypischen Inkjet-Papier mit Rasteroberfläche erfüllen. Das gibt's als 100m-Rollen in 12,7 cm, 15,2 cm, 20,3 cm und 30,5 cm Breite. Während das QSS Green II alle vier Papierbreiten „verarbeiten“ kann, endet

es beim D705 Green bei 20,3 cm. Zusätzlich bieten die Hünxer hochwertiges Papier mit ausgezeichnetem Metallic-Effekt als Rollenware mit 30,5 cm Breite und 50 m Länge an. Letztgenanntes eignet sich gut für technische Motive, aber auch für „passende“ Portraitmotive, und verleiht den Bildern ein sehr exklusives, edles Aussehen. „Gerade in Kombination mit RAW-basierten Bildern“, so Th. Mümken, „kann der Selbstverarbeiter hochwertigste Metallic-Prints herstellen, mit denen er garantiert nicht im Preiswettbewerb steht.“

Dass der Selbstverarbeiter etliche Optionen hat, unterschiedlichste Fotobücher herzustellen, machen die Hünxer anhand etlicher Muster deutlich. Beispielhaft werden auf ihrem Stand Einbände und Binde-techniken von ClixPixx, Fastbind, Opus, Unibind sowie von Softcovern zu sehen sein, wobei man Opus-Bücher vor Ort fertigen wird. Mit dem Opus-System geht es besonders einfach, schnell und



➤ Das für Portraitfotografen besonders interessante Inkjet-Seidenrasterpapier gibt es als Rollenware mit 127, 152, 203 und 305 mm Breite. Abb.: M. Wild



sind die Einbände von Clixx-Pixx.

Abb.: M. Wild



➤ Ein Arbeitsplatz fürs Digitalisieren von Filmmaterial und Aufsichtsvorlagen mit Vorlagen-scanner, Arbeitsstation mit Monitor und Noritsu-Filmscanner HS-1800. Abb.: fe

sicher. Dabei wird der Buchblock mit dem individuell bebilderten Hardcover(-Einband) einfach durch mechanisches Anpressen der stählernen Klemmschiene fest verbunden. Diese einfache, aber wirkungsvolle Bindetechnik sorgt für ein gutes Offenschlagverhalten und sicheren Sitz des Buchblocks im Fotobuchumschlag.

Auch über praktische Bindegereäte- und Materialkombinationen werden die Hünxer

Selbstverarbeiter informieren, die sich speziell für die Fotobuchproduktion interessieren. Zudem wird das Erstellen von Kalenderblättern und Grußkarten mit HPT-Software auf den HPT-Terminals vorgeführt. „Natürlich werden wir auch auf dieser photokina überzeugende Antworten auf alle Fragen selbstverarbeitender Fotofachhändler und Fotografen geben“, versichert Dipl.-Ing. Thomas Mümken, Geschäftsführer der Mümken Sales GmbH.



➤ Opus-Fotobücher lassen sich in quadratischen wie rechteckigen Formaten produzieren. Im Bild Exemplare der Formate 20 cm × 20 cm, DIN A4 quer und DIN A4 hoch. Abb.: M. Wild



► Frontansicht des 450 m² großen Verwaltungstraktes der Mümken Sales GmbH im Hünxer Gewerbegebiet Bucholtswelmen-Ost.

Abb.: fe

Praktisch und repräsentativ

Mümken Sales GmbH in neuem Domizil in Hünxe

Auf einer Grundstücksfläche von 2.500 m² befindet sich der einstöckige, bei Bedarf erweiterungsfähige Komplex. Er besteht aus zwei miteinander verbundenen Gebäuden, dem vorderen 450 m² großen Verwaltungstrakt und dem dahinterliegenden 500 m² großen Zentrallager für Nordwesteuropa. Neben Geräten und Systemzubehör werden dort auch größere Mengen Verbrauchsmaterial, wie Papiere und Tinten, bevorratet.

Groß, hell, einladend

Frontseitig fällt der flache, schlanke Zweckbau durch einen harmonisch bogenförmigen Verlauf zur großen Hof- und Lagereinfahrt auf. Links von der Empfangshalle sind die hellen Räume von Administration und Technik, der Besprechungs- und Sozialbereich untergebracht. Rechts des Eingangs, im geschwungenen Bereich, wurde der große Showroom mit angrenzendem Schulungsraum platziert. Hier werden alle



Seit Januar dieses Jahres residiert die Mümken Sales GmbH, der Noritsu-Exklusiv-Distributor, im Gewerbegebiet Buchholtwelmen-Ost in Hünxe. In der rechtsrheinischen Gemeinde am unteren Niederrhein haben Dipl.-Ing. Thomas Mümken und sein Team nach längerem Suchen ein ideales Objekt für ihr Unternehmen gefunden.

➤ „Wir sind angekommen!“

Geschäftsführer Thomas Mümken und die Mitarbeiter sind mit der gemeinsamen Standortwahl sehr zufrieden.

Abb.: fe

Inkjet-Modelle des aktuellen Noritsu-Geräteprogramms betriebs- und vorführbereit präsentiert. Ein Scan-Arbeitsplatz mit Aufsichtsvorlagen- und Filmscanner ist ebenso vorhanden wie die aktuelle HPT-Station. Bestandteil des gut ausgestatteten Showrooms sind ferner Geräte und Materialien zur Produktion von Bildmehrwertprodukten, wie Fotobücher, Kalender, Grußkarten aller Art. „Kunden und Interessenten sind uns nach einer Terminvereinbarung jederzeit gern ‚zu einer Probefahrt‘ in Hünxe willkommen. Die Geräte sind dann betriebsbereit. So kann man sich ungezwungen und ohne

Messestreß mit der Materie befassen“, ermuntert Geschäftsführer Thomas Mümken zu einem Besuch des Hünxer Domizils.

Zentral gelegen und gut erreichbar

Der Betrieb ist gut erreichbar, denn bei der Standortwahl waren neben den Räumlichkeiten die geographische Lage und eine gute Verkehrsanbindung für Kunden, Mitarbeiter und Logistik gleichermaßen von Bedeutung. Schließlich kommen die Noritsu-Geräte von Japan durchweg per Schiff nach Rotterdam. Von dort gibt es über die Schiene, die

Seit Januar 2014 in Hünxe

➤ **Dipl.-Ing. Th. Mümken Sales GmbH**

In der Beckuhl 28, 46569 Hünxe
Telefon 0 28 58 / 58 24 3-0
Telefax 0 28 58 / 58 24 3-19
E-Mail info@ditms.de
Internet www.noritsu.de

➤ Im großen Showroom (links) werden alle Geräte der aktuellen Noritsu-Modellpalette präsentiert.

Lichtdurchflutet präsentiert sich der lange Gang (rechts) zwischen Bürotrakt und Lager.

Beide Abb.: fe





➤ Die große Besprechungszone ist Bestandteil des Verwaltungsbereichs. *Abb.: fe*



➤ Seit Jahresbeginn 2011 ist die Mümken Sales GmbH autorisierter Noritsu-Distributor für Nordwesteuropa und einige osteuropäische Länder. *Abb.: fe*



Gemeinde Hünxe

➤ Lage

Niederrhein im Kreis Wesel

➤ Bundesland

Nordrhein-Westfalen

➤ Einwohner (Mai 2011) 13.544

➤ Haushalte in 6 Ortsteilen 6.100

➤ Gesamtfläche in km² knapp 107

➤ Bevölkerungsdichte

Einwohner/km² 127

➤ GfK-Kaufkraftindex EH 2014

111,5

(Index Deutschland 100)

➤ Quellen

Gemeindeverwaltung Hünxe,
Wikipedia, Niederrheinische IHK

Straße und über Wasserwege hervorragende Verbindungen zum Gewerbegebiet Bucholtswelmen-Ost. Es liegt unmittelbar am Wesel-Datteln-Kanal und ist über die Rheinschiene an den nur 35 km entfernten Duisburger Binnenhafen wie den Seehafen Rotterdam angebunden. Der Firmenstandort am nördlichen Rand des Ruhrgebiets liegt unweit der Bundesautobahn A3 zwischen Arnheim und Oberhausen. Von der Abfahrt Hünxe sind's nur wenige Kilometer und ein paar Fahrminuten bis zum Firmengebäude der Mümken Sales GmbH „In der Beckuhl 28“. Die zentrale Lage und die Nähe zu Holland wird auch die dortigen Kunden freuen. Von der niederländischen Grenze im Norden bis Hünxe sind es gerade einmal 50 km. Eben soweit wie zum Düssel-

dorfer Flughafen, allerdings in südlicher Richtung. Etwa 11 km östlich von Hünxe liegt Wesel, rund 27 km in südöstlicher Richtung die Ruhrgebietsstadt Oberhausen. „Wir sind angekommen“, betont Geschäftsführer Thomas Mümken und bekräftigt, „dass sich in den knapp neun Monaten, die wir nun in Hünxe sind, bestätigt hat, wie richtig diese Standortwahl war. Nun freuen wir uns auf viele Kunden und Interessenten, die uns hier besuchen.“

Ihre persönlichen Ansprechpartner



> **Norddeutschland**

Frank Pohlmann
0173-9 70 17 54
frank.pohlmann@ditms.de



> **Disposition und
Bestellannahme für
Verbrauchsmaterial**

Ralf Paulsen
+ 49 (0) 28 58-5 82 43 15
ralf.paulsen@ditms.de



> **Ost-/Südostdeutschland**

Majo G. König
0173-9 12 66 50
majo.koenig@ditms.de



> **Technical Support**

Dieter Neus
+ 49 (0) 28 58-5 82 43 13
dieter.neus@ditms.de



> **West- / Südwestdeutschland**

Mirko Wild
0172-2 05 80 34
mirko.wild@ditms.de



> **Technical Support**

Ralph Berg
+ 49 (0) 28 58-5 82 43 12
ralph.berg@ditms.de



> **Benelux**

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



> **Geschäftsführer**

Thomas Mümken
+ 49 (0) 28 58-5 82 43 11
thomas.muemken@ditms.de



> **Schweiz / Österreich**

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



> **Vertriebsinnendienst**

Heike Borges
+ 49 (0) 28 58-5 82 43 14
heike.borges@ditms.de

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



NORITSU

*Die Zukunft
printet beidseitig*

NORITSU Die Zukunft printet beidseitig

Fotomehrwert

QSS Green

Checkliste für Ihren Erfolg

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

 **Mümken**
Sales GmbH



In der Beckuhl 28 · 46569 Hünxe · Tel 0 28 58-5 82 43 0 · www.noritsu.de