

imaging markt

Das Journal für Minilab, Finishing + Digital Imaging



Goldrichtig

Von den Erfahrungen anderer profitieren

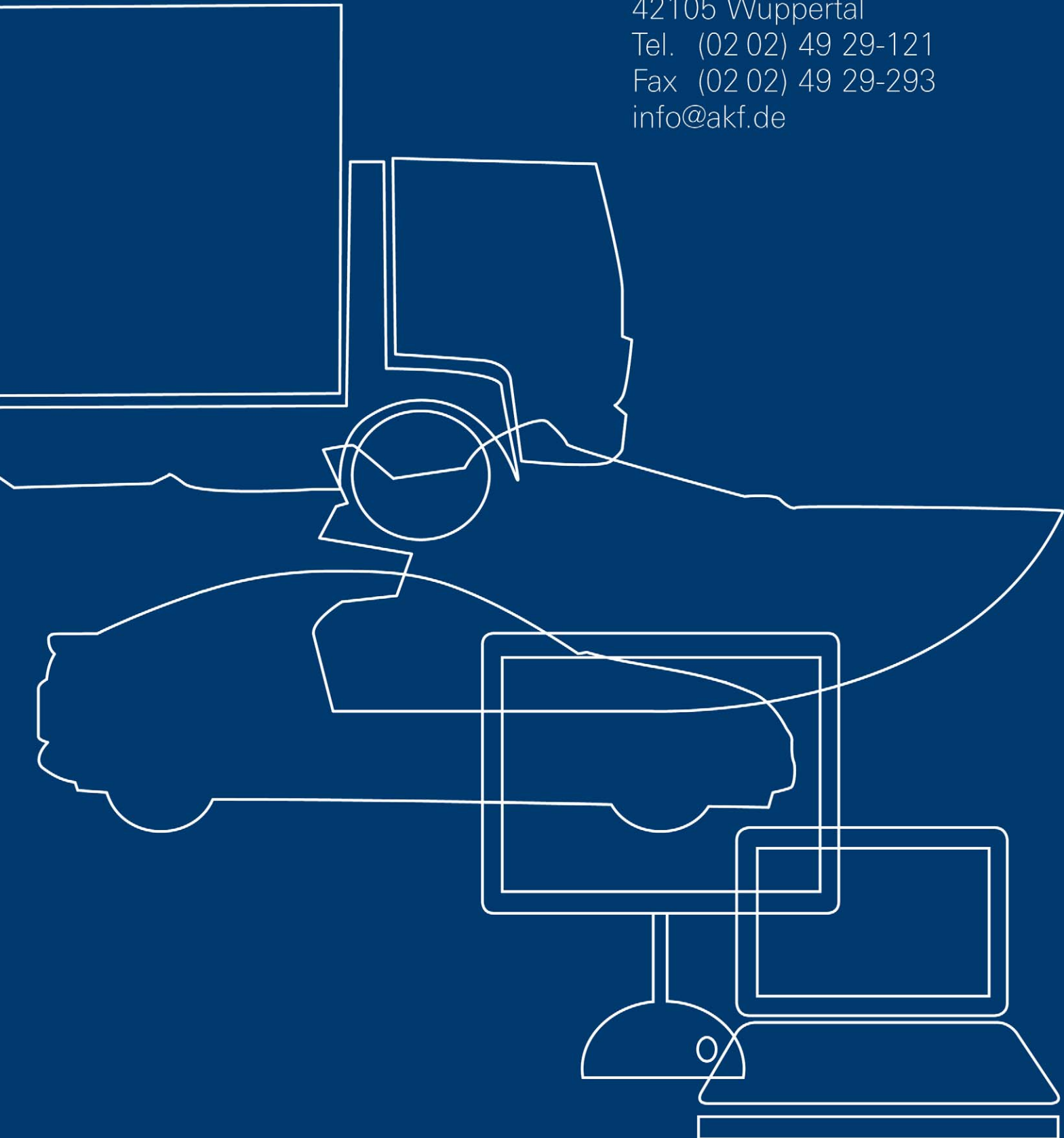


akf bank

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



Erfahrungsbericht 4
Foto Naus, Willich:
Der D701 in der Praxis
Goldrichtig entschieden

Fotohandelsgruppe 7
Ringfoto-Frühjahrsmesse 2009
in Erlangen: Interview mit Ringfoto-
Geschäftsführer Michael Gleich
Frühlingsfrisch

Minilab 12
Interessante neue Funktionen
des „EZ Controllers“
Praktischer Helfer

Fotohandelsgruppe 17
europa-foto-Einkaufsmesse
in Wiesbaden: Im Gespräch
mit europa-foto-Geschäfts-
führer Robby Kreft
Starker Auftakt

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,
Düsseldorf

Erscheinungsweise:

sechsmal im Jahr

Titelbild MEV

© 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



Nach vielen Jahren mit einem chemi-
schen Lab entschied man sich 2008
für ein trockenes. Wie sich das Neue
bewährt, erläutert der Bericht ab
Seite 4.

Abb.: fe



Frühlingserwachen statt Katerstim-
mung – so startete die Ringfoto in
Erlangen in die 2009er Fotosaison.
Mehr dazu ab Seite 7.

Abb.: RMH



Ein neues Konzept sorgte für gute
Stimmung auf der europa-foto-
Einkaufsmesse am 29. April 2009.
Details nennt der Beitrag ab Seite 17.

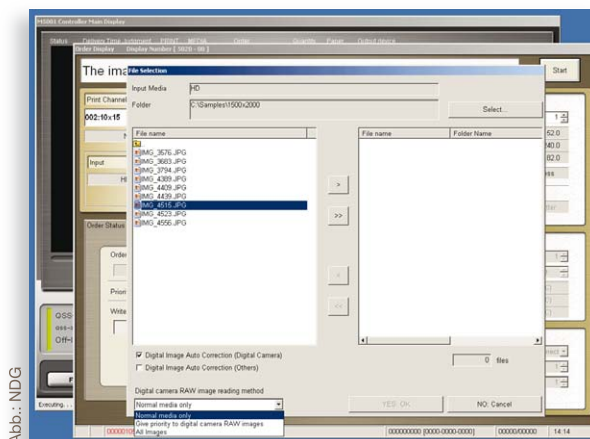


Abb.: NDG

Sie ist vielseitig, die Soft-
ware, die dem Bediener das
Ausarbeiten an Noritsu-
Geräten erleichtert. Ge-
naueres zu den Funktionen
ab Seite 12.

Mit ihrem neuen Ausarbeitungsgerät rundum zufrieden: Rainer Naus (h.), Fotografenmeisterin Elke Naus (v.) und Fotografin Marie-Luise Haas (M.).



Alle Abb.: fe

D701 in der Praxis: Foto Naus, Willich Goldrichtig entschieden

Auf der photokina 2008 entschieden sich Rainer Naus (44) und Fotografenmeisterin Elke Naus (40) zur Anschaffung eines D701-Tintenstrahlabs von Noritsu. Auch Fotografin Marie-Luise Haas (46), die seit vielen Jahren in dem Traditionshaus arbeitet, ist mit dem Ausarbeitungsgerät höchst zufrieden. Gleiches gilt auch für die Nausschen Bilderkunden, die einhellig die Bildqualität loben.

Mit welchem Gerät haben Sie zuvor Bilder ausgearbeitet?

Rainer Naus: Wir haben in unserem Labor viele Jahre sehr gut mit einem QSS-1001 von Noritsu gearbeitet. Wegen des stark rückläufigen Analoggeschäfts mußten wir uns anders orientieren.

Elke Naus: Die digitale Übergangsphase haben wir mit vier Kiosksystemen bewältigt, bei denen die Bilder mit Thermosublimationsdruckern ausgegeben wurden. Zudem arbeiten wir seit Jahren gut mit Ce-We zusammen. Das Labor arbeitet derzeit noch unser analoges Material aus.

Sie hatten also Handlungsbedarf?

R. Naus: Ja, mit zunehmendem Digitalbildaufkommen stießen unsere Thermosublimationsdrucker an ihre Grenzen. Sie waren zu langsam, und nach einer gewissen Zeit ließ die Qualität auch nach. Wir haben uns sehr gründlich über die verschiedenen Systeme und Anbieter informiert, haben Testbilder geprintet und uns auf der photokina letztlich für den D701 von Noritsu entschieden. Unsere Mitarbeiterin hat das Gerät vom ersten Augenblick an geliebt, obwohl sie keine PCs mag.

Was hat Sie letztlich zur Anschaffung des D701 veranlaßt?

E. Naus: Das Gerät kam unseren Vorstellungen am nächsten. Es ist recht kompakt, und das Ausarbeitungsspektrum ist so groß, daß wir das Gros unserer Amateuraufträge mit der Maschine ausarbeiten können. Der D701 läßt sich leicht bedienen, liefert qualitativ ausgezeichnete Bild-Ergebnisse, und er lag preislich in dem Investitionsrahmen, den wir uns gesteckt hatten. Das Gerät arbeitet einwandfrei mit unseren Annahmeterminals im Verkaufsraum zusammen, die nicht von Noritsu sind. Das war uns wichtig, weil wir keine neuen Stationen anschaffen wollten. Der jahrelang gute Kontakt zu den Noritsu-Mitarbeitern und die gute Betreuung durch



Überall aufzustellen: Dank seiner kompakten Bauform benötigt der D701 nur wenig Platz. Papier und Tinte lassen sich von der Frontseite aus leicht wechseln.

den Vertriebsrepräsentanten haben es uns überdies erleichtert, uns wieder für ein Gerät dieses Anbieters zu entscheiden. Im November 2008, rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft, wurde das Gerät bei uns installiert.

Welche Produkte fertigen Sie mit dem Gerät?

R. Naus: Hauptsächlich setzen wir es zur sogenannten Amateurbildproduktion von 9x13 cm bis 20x30 cm ein. Das Gros stellen Bilder im Format 10x15 cm dar. Sofern Kunden vollformatige Bilder in 10x13,5 cm wünschen, schneiden wir die weißen Ränder ab. Aber das kommt allenfalls bei 10 von 1000 Bildern vor.

Gleich nach der Installation hat sich der D701 im Weihnachtsgeschäft bestens bewährt. Er war selbst über die Mittagszeit ununterbrochen im Einsatz. Da purzelten die Bilder nur so auf die Ablage. Obwohl wir die Bilder vorm Printen noch angesehen und korrigiert haben, weil wir stets auf gute Ergebnisse achten, also beispielsweise die Bildweißen rauszunehmen, die so leicht überstrahlen. So bekommen unsere Kunden von ihren digitalen Aufnahmen Bilder in der Qualität, die sie von uns seit jeher gewohnt sind.

Anfänglich haben wir noch täglich die formatbezogenen Produktionsmengen notiert, doch wir haben schnell festgestellt, daß uns diese Erfassung keine wirklich wertbaren Erkenntnisse verschafft. Seither notieren wir am Abend nur noch die Gesamtprintzahl.

Nutzen Sie das Gerät auch zur Ausgabe Ihrer professionellen Bilder?

E. Naus: Neben den Amateuraufträgen arbeiten wir mit dem Gerät auch diverse eigene Arbeiten, wie unsere Kindergartenbilder und Schulfotos aus. Obwohl preislich nicht gerechtfertigt, korrigieren wir jedes dieser Bilder, weil wir nur qualitativ optimale Ergebnisse abgeben möchten. So wirbt nämlich jedes Bild für uns. Der D701 eignet sich für die Produktion dieser Bilder sehr gut, weil er schneller printet als unser Epson-LFP, mit dem wir unsere Portraitbilder fertigen.

Zu den verschiedenen Amateurkanälen, haben wir auf dem Gerät spezielle Fertigungskanäle für unsere Portraitarbeiten angelegt. Ich finde es sehr praktisch, daß sich die Maschine individuell konfigurieren läßt.

Wie vermarkten Sie Ihre Eigenverarbeitung?

E. Naus: Schon nach der photokina, als feststand, daß wir das Gerät installieren würden, haben wir unsere Kunden darauf

aufmerksam gemacht, daß wir im November wieder selbst Bilder produzieren werden. Das hat etliche Kunden, vor allem die Stammkunden, dazu veranlaßt, ihre Bilddateien zu sammeln. Nach der Aufstellung haben sich die Kunden von der Bildqualität überzeugt und uns dann ihre zum Teil recht umfangreichen Bilddatensammlungen zum Printen gebracht. Dank der eigenen Produktion können wir bei Bedarf die Bilder sofort oder innerhalb von 15 bis 30 Minuten printen. Das sagen wir den Kunden natürlich bei der Auftragsannahme. Sie finden das gut und nutzen die kurze Zeit – entweder, um sich in unserem Geschäft umzusehen, etwa um sich unsere



Leistungsschau: Das linke Schaufenster wirbt fürs Portraitgeschäft.



In 1A-Lage in Willich-Schiefbahn: Das Fotogeschäft ist im Ort seit Jahrzehnten bestens bekannt.

Portraitbilder oder auch die Ware anzuschauen, oder sie gehen zwischenzeitlich im Ort einkaufen.

R. Naus: Wir waren natürlich auch gespannt, wie die Bilder bei der Kundschaft ankommen würden. Immerhin waren die Konsumenten seit Jahrzehnten Fotos auf Fotopapier gewohnt! Wir sprechen auch nur von unserem eigenen Labor, das wir wieder haben. Einem Kunden, der jedes Jahr eine große Anzahl Bildkalender herstellt, liefern wir seit Jahren dafür Bilder im Format 20x30 cm. Im Dezember 2008 hat er von uns zum ersten Mal D701-Bilder bekommen und war begeistert.

E. Naus: Inzwischen arbeiten wir mit dem D701 über fünf Monate und haben gut 25.000 Bilder in unterschiedlichsten Formaten damit produziert. Bisher haben wir nicht eine einzige Bildreklamation bekommen oder Kritik erfahren. Vielmehr sagen uns Kunden immer wieder, die Bildqualität sei super, viel besser als zuvor. Das hören wir nicht nur von Stammkunden, sondern auch von Kunden, die nicht wissen, daß wir die Bilder selbst herstellen. Die Farben, die Schärfe, die Brillanz, das Papier,



Symbolisiert niederrheinische Gemütlichkeit: die Plastik „Das Dorfgespräch“ auf der Hochstraße.



Kurzportrait Foto Naus

Hochstraße 33, 47877 Willich-Schiefbahn
 Tel. 0 21 54/76 66; E-Mail: info@foto-naus.de
 Internet: www.foto-naus.de
 Gegründet 1945 von Theo Naus
 Inhaberin Elke Naus; seit 1.4.2006 in der dritten Generation
 Firmengröße etwa 150 m² auf 2 Etagen, davon etwa 60 m² Studio, etwa 90 m² Verkauf einschließlich Laborraum mit D701
 1A-Lage auf der Einkaufsstraße des Willicher Ortsteils Schiefbahn
 Drei Standbeine: Portrait, Hardware und eigene Bild-Ausarbeitung
 Mitglied der Ringfoto-Gruppe
 Ein Wettbewerber – 200 m entfernt
 Bevölkerungszahlen*: Willich zählt insgesamt 52.774 Einwohner, der Ortsteil Schiefbahn insgesamt 12.237 Einwohner

*Quelle: Stadt Willich; Stand März 2009



Nicht zu übersehen: die Kirche „St. Hubertus“ im Zentrum von Schiefbahn.

die Oberfläche – bislang bekommen wir ausschließlich Lob für unsere Bilder. Das freut uns in doppelter Hinsicht: die Kunden sind zufrieden, und wir haben offensichtlich die richtige Entscheidung für unser Bildergeschäft getroffen.

Wie reagieren die Kunden auf das Angebot und die Produkte.

E. Naus: Seit etwa eineinhalb Jahren nimmt die Nachfrage nach Bildern in unserem Kundenkreis wieder spürbar zu. Motor dieses positiven Trends sind eindeutig die Kundinnen.

R. Naus: Die Konsumenten haben in den letzten Jahren unendlich viele Digitalaufnahmen gemacht. Die meisten, wenn nicht gar alle Bilddaten haben sie gehortet, zum Teil selbst ausgedruckt, letztlich aber festgestellt, daß man ein gutes Ordnungssystem braucht, um nicht gänzlich den Überblick über die Bildersammlung zu verlieren. Die Experimentierphase geht nun langsam zu Ende. Immer mehr Verbraucher erinnern sich, wie einfach, wie bequem doch der Umgang mit Papierbildern war. Auch der vergleichsweise günstige Printpreis fördert das Interesse der Leute am Papierbild. Nicht zu vergessen die Bildqualität. Kürzlich hat sich ein Kunde von uns Bilder machen lassen, die er auf einer Chinareise fotografiert hat. Als er die Bilder bei uns abholte, brachte er seine in China gemachten Prints mit. Beim Vergleich gestand er, daß die Bilder, die wir ihm ausgearbeitet hatten, eindeutig besser waren. Es ist schön, daß auch die Qualität wieder ein wichtiges Kriterium für die Kunden ist. Und es ist für uns beruhigend festzustellen, daß wir mit unserer Eigenverarbeitung ganz weit vorn liegen.

Was kosten die Bilder bei Ihnen?

R. Naus: Nach einigem Überlegen haben wir uns für eine mengenabhängige Preistaffel fürs meistgefragte 10x15-cm-Bild entschieden, mit der wir sehr gut fahren. Vom ersten bis zum 14. Bild kostet jeder Print 35 Cent, wobei wir diese Bilder nicht bearbeiten, denn der Service rechnet sich bei dem Preis nicht. Das sagen wir den Kunden im Vorhinein, und es wird von ihnen akzeptiert. Für einen Auftrag mit 15 bis 29 Bildern beträgt der Stückpreis 30 Cent plus einen Euro für die korrigierende Bildbearbeitung. Bei 30 bis 49 Bildern zahlt der Kunde nur noch 25 Cent pro Print und 1,50 Euro für die Bearbei-

tung. Ab 50 Bildern berechnen wir einen Einzelpreis von 19 Cent und ebenfalls 1,50 Euro fürs Bearbeiten. Von Zeit zu Zeit fahren wir Aktionen mit 100 Bildern, die wir zum Pauschalpreis von 15 Euro einschließlich einmaliger Bearbeitung anbieten.

R. Naus: Als ausgesprochen guter Wurfer weist sich, daß wir fürs erste bis 14. Bild keine Bearbeitungsgebühr verlangen. Das kommt bei Kunden, die nur ein einzelnes Bild oder wenige Bilder machen lassen, sehr gut an. Vor allem junge Leute zeigen sich davon immer wieder angenehm überrascht und loben spontan unser faires Angebot. Die Bearbeitungsgebühr ab dem 15. Bild wird klaglos akzeptiert, da wir den Kunden erklären, daß wir vor dem Printen jedes Bild anschauen, filtern und beispielsweise „rote Augen“ und sonstige Bildmängel entfernen. Durchweg liefert die Maschine auch ohne Eingriffe schon sehr gute Ergebnisse. Falls nötig korrigieren wir, und die Qualität ist perfekt.



Wie schätzen Sie die weitere Entwicklung der Eigenverarbeitung und des Bildergeschäfts ein?

E. Naus: Die klassischen Saisonverläufe der Analogzeit gelten nicht mehr. Unser Bildergeschäft verlief von Mitte Januar bis Ostern keineswegs so ruhig wie einst. Die produzierten Bildermengen lagen und liegen fast täglich über unseren Vorjahreszahlen. Das ist eine erfreuliche Entwicklung, von der wir hoffen, daß sie auch übers Jahr so anhalten wird. Gemessen am bisherigen Verlauf sind wir bezüglich unseres Bildergeschäfts für 2009 recht zuversichtlich.

Welche Erfahrungen haben Sie mit dem Gerät selbst gemacht?

R. Naus: Wir sind mit Zuverlässigkeit und Bedienung rundum zufrieden. Es ist ja sehr einfach, Papier und Tinte zu wechseln und gelegentlich den Behälter mit den Papierstegen zu entleeren. Das sind die einzigen Handgriffe, die das Gerät noch erfordert. Dann noch ein wenig Pflege – das ist schon alles.

Kollegen, die sich zur Eigenverarbeitung entschließen, kann ich den D701 nur empfehlen. In den fünf Monaten, die wir damit nun produzieren, haben wir uns schon des öfteren gefragt, warum wir den Schritt nicht eher gewagt haben. Heute wissen wir: die Entscheidung war goldrichtig!



Das ganze Spektrum: Zweimal im Jahr treffen sich Industrie und Fotofachhandel in Erlangen (I.). „Hochdosiert“: Das DSLR-Angebot ist riesig und die Modelle sind nach wie vor Zugpferde im Kamerageschäft (o.).

Alle Messeabb.: fe

Ringfoto-Frühjahrsmesse 2009 in Erlangen

Frühlingsfrisch

Wie ist 2008 für die Ringfoto-Zentrale und die Ringfoto-Händler verlaufen?

Obwohl sich in der zweiten Jahreshälfte 2008 die Banken- und Wirtschaftskrise schon in etlichen Branchen bemerkbar machte, erzielte die Ringfoto-Zentrale 2008 einen Gesamtumsatz von 260,3 Mio. Euro. Er liegt um 1,2 Mio. Euro oder 0,5 Prozent über dem von 2007. Mit 137,0 Mio. Euro ist der Lagerumsatz um 6,6 Mio. Euro beziehungsweise -4,6 Prozent gegenüber Vorjahr gefallen. Im Streckengeschäft hingegen gibt es eine erfreuliche Steigerung von 10,6 Mio. Euro um 10,5 Prozent auf 111,5 Mio. Euro. Eine zwei-prozentige Steigerung von 284 auf 289 Mio. Euro verzeichnen wir beim konsolidierten Konzernumsatz der Ringfoto-Gruppe. Auf Vorjahresniveau wird sich der Außenumsatz aller Mitglieder zu Endverbraucherpreisen halten. Vorläufigen Schätzungen zufolge dürfte er etwa 1,2 Mrd. Euro betragen. Leicht unter dem Vorjahresergebnis dürfte das Jahresergebnis 2008 ausfallen. Gleichwohl ist mit unverändert hoher Eigenkapitalrendite und einer ausgezeichneten Ausschüttungsquote an die Kommanditisten der Ringfoto zu rechnen.

Wie ist 2009 für die Ringfoto-Zentrale und die Ringfoto-Händler angefallen, und mit welcher Entwicklung rechnen Sie in diesem Jahr?

Der Geschäftsverlauf in den ersten Monaten, die im Fotogeschäft traditionell schwä-

cher als die anderen ausfallen, stimmt uns für 2009 zuversichtlich. So spricht einiges dafür, daß der private Konsum in diesem Jahr stabil bleibt. Was sich im übrigen mit den bisherigen Prognosen der Wirtschaftsforscher deckt. Womöglich tragen die guten Lohnabschlüsse, die in einigen Branchen in den letzten Monaten vereinbart worden sind, dazu bei, die Konsumneigung der Verbraucher zu stärken. Es gibt ja auch tolle Angebote und tolle Ware. Selbst die Neuheiten werden immer noch besser, was die Fotograferfreude steigert. Allerdings konnte der Einzelhandel nie diesen Boomeffekt wie zuvor die Industrie mit ihrem starken Exportgeschäft verbuchen. Momentan scheint es mal besser für den Einzelhandel zu laufen.

Wie sich das zweite Halbjahr 2009 entwickeln wird, läßt sich derzeit noch nicht sagen. Wir werden unseren Händlern attraktive Angebote machen und sie in allem unterstützen. Die Händler, die sich in der digitalen Fotowelt gut positioniert haben, kommen bislang auch gut zurecht. Die größeren tun sich auch im Hardwaregeschäft leichter als die kleineren, aber letztere kompensieren das recht erfolgreich durch Ausweitung aufs Portraitgeschäft und auf Dienstleistungen. Darüber hinaus ist 2009 für die Ringfoto-Zentrale auch ein besonderes Jahr, weil wir einen Sondereffekt zu verzeichnen haben. Wir haben drei neue starke Großkunden gewonnen, die den Umsatz der Ringfotogruppe insgesamt positiv beeinflussen werden. Schon dadurch rechnen wir



Michael Gleich,
Geschäftsführer der
Ringfoto, Fürth.

Abb.: Foto-Atelier Seitz, Nürnberg

Vom 13. bis 15. März 2009 kamen 1597 Personen aus 863 Mitgliedsbetrieben der Kooperation ins Erlangener Kongreßzentrum. Dort präsentierten auf unveränderter Fläche 98 Anbieter ihre Waren und Leistungen. Und: Voigtländer stellte Neues zum zehnjährigen „Classic Collection“-Jubiläum vor, Photo Porst wird in diesem Jahr das 90jährige Bestehen feiern. Zum Markt und der Kooperation äußert sich Ringfoto-Geschäftsführer Michael Gleich.

Verführerisch: Mit der Aktion unterstützt die Zentrale den Objektivabsatz ihrer Händler.



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



Paßt gut zur Firmenfarbe: frühlingsfrischer Auftritt der Düsseldorfer in Erlangen.



Ob naß oder trocken: Auf dem Noritsu-Stand fanden erfahrene wie potentielle Selbstverarbeiter alles für ihr erfolgreiches Bildergeschäft.

„Achtung, Aufnahme!“: Die Händler der Gruppe, die das Camcordersegment pflegen, sind auch erfolgreich damit.

für 2009 mit einem erklecklichen Mehrumsatz zum Vorjahr. Doch selbst um diese Neuzugänge bereinigt, liegen wir im Umsatz auf Vorjahresniveau. Unsere bestehenden Händler entwickeln sich also nach wie vor gut.

Demnach beeinträchtigt die Bankenkrise den Fotofachhandel derweil nicht?

Zumindest nicht in dem Maße, wie etwa die exportabhängige Industrie. Ein Vorteil unserer Branche ist, daß die Dienstleistungen und Produkte nicht zu den teuren Anschaffungen, wie Autos, Möbel oder Immobilien zählen. Im unteren Preisbereich, der sich bis zum gehobenen SLR-Bereich einer Canon EOS 5 erstreckt, ist der Konsument noch ausgabenfreudig.

In einem Bereich ist die Krise auch im Fotohandel schon schmerzhaft spürbar. Die Banken verhalten sich dem Fachhandel gegenüber nun noch restriktiver als vor dem Desaster. Das gleiche gilt für die Versicherer, die die Forderungen absichern. Plötzlich werden die Risiken gesehen, was sich negativ auf die Kreditvergabe auswirkt.

Digitale Spiegelreflexkameras sind also weiterhin ein Zugpferd?

Sie sind für den Fotofachhandel nach wie vor von großer Bedeutung. 2008 stieg der Absatz der DSLRs in Deutschland zum Vorjahr immerhin um 28 Prozent auf 880.000 Stück. Im Ringfoto-Lager nahm der Umsatz mit diesen Produkten um 25 Prozent und der Absatz um 42 Prozent gegenüber Vorjahr zu. Damit erzielte Ringfoto ein Ergebnis, das die Marktentwicklung deutlich übertraf. Rein aufs Gehäuse bezogen ist die Rendite zwar sehr mager, aber mit jeder verkauften Kamera bietet sich dem Händler die Chance, Zubehör zu verkaufen. Wir ha-



Stabil: Stativ sind, wie etliche andere Artikel des Systemzubehörs, für die Händler durchweg lukrativ.

ben viele gute Händler, die nicht nur die Kamera, sondern ein System verkaufen, das um notwendiges wie interessantes Zubehör angereichert ist. Damit kommen die Händler dann zurecht.

Wie unterstützt die Zentrale den Zubehörverkauf?

Positiv bemerkbar machen sich unsere „Give me five“-Aktionen mit Objektiven und Blitzgeräten. Der Händler kann sich aus dem Portfolio bedienen, bekommt eine Valuta auf die Ware und kann die unverkauften Artikel des Pakets bis zu einem festgelegten Zeitpunkt an uns zurückgeben. Auf diese Weise können sich auch kleinere Händler sinnvoll bevorraten, ihren Kunden die Ware im Geschäft zeigen und sofort verkaufen. Wir tragen das Risiko. Allerdings wissen wir aus Erfahrung mit ähnlichen Aktionen, daß weit weniger Ware an uns zurückgegeben wird, als zu vermuten wäre. Letztlich erzielen wir und unsere Händler durch diese Aktionen einen Mehrumsatz. Denn hält der Konsument das er-



sehnte Produkte erst einmal in Händen, greift vielfach der „Will-haben-Effekt“. Natürlich stimmt bei den Aktionen auch die Rendite.

Welchen Verlauf nimmt das Geschäft mit digitalen Sucherkameras?

Das wird schwieriger, weil Sucherkameras nicht mehr so stark nachgefragt werden wie in der Vergangenheit. Die Menge stagniert momentan, im Wert verzeichnen wir einen leichten Rückgang. Allerdings bieten wir unseren Händlern bewußt auch keine Billigprodukte – etwa für 49 Euro – mehr an, denn der Absatz solcher Ware bereitet weder ihnen noch uns Freude. Wir forcieren die höherwertigen Geräte, die der Verbraucher im Fachhandel auch erwartet. Möglicherweise werden wir aufs Jahr gesehen mengenmäßig leicht unterm Vorjahr liegen, doch wir gehen davon aus, daß wir wertmäßig eine Steigerung erzielen werden. Immerhin entfallen auf die Kameras, die ab Lager verkauft werden, knapp 50 Prozent auf Digi-bonus- und andere Aktionen. Mit dieser Ware erzielt der Händler immer eine für ihn auskömmliche Marge. Das ist für ihn ein erfreuliches Geschäft mit gutem Rohertrag.

Was tut sich im Camcordergeschäft?

In dem Segment sind wir recht erfolgreich und entwickeln uns besser als der Markt. Im Vergleich zum Vorjahr konnten wir 2008 in dem Bereich einen Mengenwuchs von 13 Prozent und einen Wertzuwachs von 7 Prozent erzielen. Die Zahl der Mitgliedsbetriebe, die das Camcordergeschäft pflegen, ist zwar recht überschaubar, doch diese Händler betreiben es auch mit Engagement.

Wie stellt sich das Geschäft mit Speichermedien dar?

Nach wie vor unverändert: die Menge steigt leicht, aber der Wert rutscht weiterhin ab. Das ist nicht erfreulich, zumal sich der Preisverfall und die stetige Erhöhung der Karten-Speicherkapazität im Fotohandel negativ auswirken. Geht die Entwicklung so weiter, rückt die 1-GB-Karte für einen Euro in greifbare Nähe. Etliche Händler nutzen deshalb verstärkt Voigtländer- oder PhotoPorst-Speicherkarten, die sie höherpreisiger als die üblichen Karten verkaufen können. So verdienen sie wenigstens noch etwas Geld an dieser Ware. Nur, verzichten kann der Fachhändler auf diesen Basisartikel so wenig wie zu Analogzeiten auf den Film.

Wie verläuft der Absatz von Navigationsgeräten und MP-3-Playern?

Erst seit einigen Jahren im Programm, sind wir mit der Entwicklung sehr zufrieden. Eine zunehmende Zahl von Mitgliedsbe-

trieben nimmt die Geräte in ihr Sortiment auf und vermarktet diese Produkte mit wachsendem Erfolg. Das Angebot ist für unsere Händler wie deren Kunden dadurch attraktiv, weil wir inzwischen die Modelle der Marktführer führen. Das Segment ist noch ausbaufähig.

Welche Bedeutung genießt das Akku- und Batteriesegment?

Gerätebatterien, wie Mignonzellen, entwickeln sich rückläufig. Schließlich wird jede Kamera inzwischen mit einem durchweg leistungsfähigen Akku geliefert. Der Händler versucht zwar, jedem Gerätekäufer einen Reserveakku mitzuverkaufen, doch insgesamt betrachtet ist das Geschäft schwieriger geworden.

Wie gut lassen sich digitale Bilderrahmen übers Jahr verkaufen?

Diese Produkte sind nach wie vor für die Konsumenten wie für unsere Händler attraktiv. Auch wenn dieses Segment nun nicht mehr die gigantischen Steigerungsraten wie zu Beginn aufweist, entwickelt es sich noch erfreulich. Digitale Bilderrahmen werden auch übers Jahr gekauft, wengleich die meisten zu Weihnachten abfließen. Wichtig ist, daß der Händler seine digitalen Bilderrahmen ansprechend präsentiert, dann verkauft er sie auch. Wie so etwas aussehen kann, zeigen wir als Musterdekoration auch auf dieser Messe wieder.

Welche Rolle spielen herkömmliche Rahmen und Alben im Sortiment?

Bilderrahmen und Fotoalben nehmen in unserem Sortiment wie in dem unserer Händler durchaus noch einen beachtlichen Platz ein. Parallel zu den digitalen Bilderrahmen und zum Fotobuch machen wir mit diesen klassischen Artikeln immer noch ein erfreulich stabiles Geschäft. Aus diesem Grund finden die Händler auch auf dieser Messe wieder ein großes Angebot an diesen Artikeln vor

Wie stellt sich das Bildergeschäft Ihrer Mitglieder dar?

Auch 2008 entwickelte sich unsere Zentralregulierung der Fotoarbeitenumsätze mit den Großlabors um minus 2,8 Mio. Euro beziehungsweise minus 19,2 Prozent rückläufig. Diese – seit Jahren anhaltende – Entwicklung ist zwei Tatsachen geschuldet. Zum einen dem starken Rückgang bei den Standardbildformaten, zum anderen, weil in den letzten Jahren immer mehr Fotohändler zur Selbstverarbeitung übergegangen sind. Letzteres auch deshalb, weil sie so ihr Angebot leicht um attraktive Bild-Mehrwertprodukte erweitern



Mehrwert: Bei den digitalen Sucherkameras setzt die Kooperation aufs „Höherwertige“ und auf interessante Aktionsware.



Beschleuniger: Neuheiten machen neugierig und bringen Kunden ins Geschäft.



Nach wie vor gefragt: Mit Fotorahmen und -alben machen die Mitglieder immer noch ein erfreulich stabiles Geschäft.



Einmal anders: Zum 90jährigen zeigte sich der Musterladen diesmal im „Photo Porst“-Jubiläumsdesign.



Regier Austausch am Ende des ersten Messtages: Geschäftsführer **Andreas Löffler**, stellvertretende Geschäftsführerin **Alexandra Löffler**, stellvertretender Geschäftsführer **Florian Kruse**, **Photo Löffler, Freiburg**, im Gespräch mit **Alexander Kopp**, **Noritsu-Vertriebsrepräsentant Süd**.

Rainer Th. Schorch PMA-Präsident

Auf der PMA-Messe, die im März 2009 in Las Vegas stattgefunden hat, wurde Rainer Th. Schorch für die Dauer eines Jahres zum Präsidenten der Photo Marketing Association (PMA), Michigan/USA, gewählt. Mit R. Th.

Schorch steht erstmals ein deutscher Fotofachhändler an der Spitze des international agierenden Verbandes, dem 25.000 Mitglieder aus über 100 Staaten angehören. Nach eigenen Angaben repräsentiert die PMA eine Branche mit einem Volumen von rund 83 Mrd. US-Dollar. R. Schorch betreibt im Raum Gütersloh acht Ringfoto-

Fotofachgeschäfte und ist seit vielen Jahren Verwaltungsratsvorsitzender der Ringfoto. Darüber hinaus ist er Mitglied der Vollversammlung der IHK Ostwestfalen-Lippe, Bielefeld, und Vorstandsmitglied im Einzelhandelsverband BVT, Köln.

Abb.: Ringfoto



Abb.: Ringfoto

Genial: Der Werbemittel-generator bietet für nahezu alle Anlässe Vorlagen, die der Händler zur individuellen Kundenansprache ganz leicht modifizieren kann.

konnten, die von den Verbrauchern immer mehr nachgefragt werden. Das Bildergeschäft ist zwar immer noch nicht so weit gediehen, wie wir es gern hätten, aber es ist zumindest nicht mehr so rückläufig wie in den letzten Jahren. Übers Großlabor lassen die Händler noch Fotoarbeiten ausarbeiten, die sie selbst nicht produzieren können. Potential birgt das Großlabor zudem übers Fotobuch. Auch das bezieht so mancher Händler über seinen Großfinisher.

Welche Bedeutung hat das Fotobuch inzwischen im Fotofachhandel?

Es gibt Konsumenten, die das Fotobuch über ihren Fotohändler bestellen, aber das ist eine Minderheit. Die meisten Verbraucher, die sich dafür interessieren, nutzen den Direktbezug übers Internet. Die Versandgebühr, die der Konsument für den Versand an seine Adresse tragen muß, ist – gemessen am Preis fürs Fotobuch – so gering, daß sie nicht abschreckt. Auf Sicht wird der Fotofachhandel zwei Kundengruppen bedienen. Die Konsumenten, die das Fotobuch von der Gestaltung bis zur Produktion komplett von ihrem Fotohändler erstellen lassen. In diesem Fall hat der Händler alle Möglichkeiten, seinen Fotobuchkunden das jeweils individuell geeignetste Produkt zu liefern. Es wird aber auch jene Konsumenten geben, die ihr Fotobuch übers Internet beim Großlabor bestellen, es aber bei ihrem Händler persönlich abholen. Da es darüber hinaus aber weitere Möglichkeiten gibt, ist das Fotobuch kein Exklusivprodukt des Fotofachhandels. Die Mitgliedsbetriebe, die das Fotobuch bereits aktiv vermarkten, haben schon jetzt erstaunliche Erfolge zu verzeichnen. Aber das machen noch zu wenige. Schon seit einiger Zeit bietet Ringfoto

den Mitgliedsbetrieben die Möglichkeit, über zwei Anbieter auch Fotobücher im Ringfoto-Design zu bekommen.

Wird es in diesem Jahr besondere Marketing-Schwerpunkte geben?

Im Sommer feiern wir 90 Jahre Photo Porst. Immerhin zeichnet die Traditions-marke unverändert eine außergewöhnlich hohe Markenbekanntheit von über 75 Prozent aus. Mit dem Jubiläum sind zahlreiche Einkaufs- und Marketingaktionen verbunden. Die Details werden wir auf unserer Gesellschafterversammlung im Juni nennen. Unser Messe-Musterladen macht deutlich, wie die 200 Photo-Porst-Händler sich zum Jubiläum präsentieren sollten. Für unsere Mitgliedsbetriebe bereits verfügbar ist der neue Ringfoto-Werbemittel-generator. In ihm sind zu nahezu allen Anlässen Werbemittelvorlagen hinterlegt, die der Händler mit wenigen Mausklicks individuell verändern kann. So lassen sich beispielsweise die Headlines, Produkte, Preise anpassen und das eigene Logo ein-



Demonstration am Gerät: Mirko Wild (r.), Noritsu-Vertriebsrepräsentant West, kennt die Technik und sein Metier.

10 Jahre Voigtländer „Classic Collection“

setzen. Alle Vorlagen weisen ein einheitliches Gestaltungsraaster auf, so daß auch die Individualwerbung der Händler unserem Markenkonzept folgt. Zugriff haben die Händler auf den paßwortgeschützten Werbemittelgenerator über eine Web-Adresse oder einen Link des RIO-Systems.

Wie weit sind Ausstattung und Schulung der Flaggschiffgeschäfte gediehen?

Wir werden die Zahl der bestehenden 14 Geschäfte jedes Jahr um etwa fünf erweitern. Wichtig ist, daß sie als Vorbilder die anderen Händler dazu motivieren, beim Gruppenauftritt mitzumachen. Immerhin gibt es bereits 151 Ringfoto-Geschäfte und 97 Photo-Porst-Geschäfte, die ihre Verbundenheit mit dem jeweiligen Markenkonzept am und im Geschäft deutlich machen. Die Zahl der Mitgliedsbetriebe wächst stetig, die sich auch nach außen zu ihrer Gruppe bekennt.

Ist der niedrige Preis weiterhin das bestimmende Element bei Absatz und Umsatz im Fotofachhandel?

Der Fachhändler kann nur einmal einen Artikel verkaufen – am besten immer den teureren. Es zeigt sich, daß der Konsument den Fachhandel aufsucht, weil er dort Qualitätsprodukte mit guter Beratung und gutem Service zu einem angemessenen Preis erwartet. Der Fachhändler kann sich leicht überm Markt positionieren. Deshalb treten wir bei Preisaktionen mit attraktiven, aber insgesamt etwas höheren Preisen an. Alle brauchen Ertrag: die Händler, wir als Zentrale und letztlich auch die Industrie. Das Preisniveau dürfte auf Sicht insgesamt eher steigen.

Gegenüber den Flächenmärkten braucht sich der Fotofachhandel nun wahrlich nicht zu verstecken. Es gibt inzwischen ja hinreichend Berichte, die zeigen, daß in den Flächenmärkten nur die beworbene Ware günstig ist, der Rest des Sortiments dagegen nicht. Selbst bekannte Massenmedien weisen inzwischen auf diese Preispolitik hin und konstatieren, daß der Fachhandel mindestens ebenso preiswert anbietet wie die Flächenmärkte. Diesbezüglich verlieren Letztere trotz ihrer markt-schreierischen Werbung bei den Konsumenten zusehends an Glaubwürdigkeit.

Wie entwickelt sich die Kooperation?

Wir wachsen noch! Ende 2008 gab es mit 604 Ringfoto-Gesellschaftern 49 Gesellschafter mehr als Ende 2007. Das Verhältnis von Eintritten zu Austritten beträgt 79 zu 30, wobei die vergleichsweise hohe Eintrittszahl aus der Verschmelzung der Plusfoto-Gesellschafter auf die Ringfoto resul-

1999 kamen Voigtländer und Cosina über die „Classic Collection“ zusammen. Anlässlich des zehnjährigen Jubiläums wurden in Erlangen die Jubiläumsmodelle vorgestellt. Das mit 1000 Gramm gewichtigste Produkt ist die Bessa III 667. Die Rollfilmkamera basiert auf dem Originalmodell aus den 1950er Jahren und kann wechselweise auf 6x6-cm- oder 6x7-cm- Negativformat umgestellt werden. Dabei wird der passende Sucherrahmen automatisch eingespiegelt. Zudem ist das Retromodell mit einem modernen vergüteten 3,5/80-mm-Heliar-Objektiv, elektronisch kontrolliertem Verschuß, einer Verschußzeitenanzeige im Sucher und mittenbetonter Belichtungsmessung ausgestattet. Puristen können die Kamera auch rein manuell bedienen. Als unverbindlichen Verkaufspreis nannte Voigtländer-Produktmanager Gerd-Rainer Frost „knapp 2.000 Euro“.

Mit dem Super Wide Heliar 4,5/15 mm gibt es nun eine Weiterentwicklung des „ersten und beliebtesten Objektivs der ‚Classic Collection‘“. Anstelle des Schraubgewindes ist als Objektivanschluß ein (Leica-kompatibles) M-Bajonett getreten. Neu ist an dem Objektiv, dessen optische Konstruktion unverändert blieb, auch die „gekoppelte Entfernungsmessung“ und das 52-mm-Filtergewinde. Bereichert wird das Voigtländer-Jubiläumssortiment ferner durch einen Zoomsucher für Objektivbrennweiten von 15 bis 35 mm (entsprechend KB-Format). Gerd-Rainer Frost betonte, daß der Zoomsucher nicht nur an Analogkameras, sondern auch in Verbindung mit Digitalkameras sinnvoll eingesetzt werden kann. So beispielsweise an der Leica M8 im Bereich von 10 bis 21 mm oder an der Epson RD-1 im Bereich von 12 bis 25 mm. Neu ist auch ein MFT/LEM-Adapter von Novoflex. Mit ihm können „Voigtländer Classic Collection“-Objektive mit M-Bajonett-Anschluß an Kameras des „Micro-Four Thirds“-Formats verwendet werden. Nach Angaben von G.-R. Frost lassen sich mit Hilfe des Adapters „schon jetzt alle entsprechenden Voigtländer-Objektive mit der Panasonic Lumix G1 verbinden“. In Kürze soll es dazu auch von Olympus eine kopplungstaugliche Kamera geben.

tiert. Das ist ein einmaliger Effekt. Um 33 auf 1.113 hat sich 2008 die Zahl der Ringfoto-Partner erhöht. Ende 2008 gehörten der Ringfoto-Gruppe insgesamt 1.717 Mitglieder mit 2.345 Vertriebsstellen an. Die 2007er Vergleichszahlen liegen mit 1.709 Mitgliedern und 2.340 Vertriebsstellen leicht unter den 2008er Werten. Besonders erfreulich ist unser Zuwachs in den Niederlanden. Ende 2008 gab es dort schon 110 Mitgliedsbetriebe. Derzeit haben wir in Holland 99 Händler mit 118 Vertriebsstellen. Österreich entwickelt sich mit 105 Händlern und 151 Verkaufsstellen vergleichbar stabil wie unsere deutschen Händler.



Abb.: fe

Voigtländer-Jubiläumsvorstellung (v.l.): Ringfoto-Geschäftsführer Michael Gleich, Hirofumi Kobayashi, Präsident Cosina Co. Ltd., Keiji Kato, Export-Manager Cosina Co. Ltd., und Voigtländer-Produktmanager Gerd-Rainer Frost.



Abb.: Voigtländer

Aktuelle Analogtechnik in attraktivem 50er-Jahre-Gehäuse: die neue Voigtländer-Mittelformatkamera „Bessa III 667“.



Abb.: Voigtländer

Weiterentwickelt: Das erste und gefragteste Objektiv der „Classic Collection“ ist das Super Wide Heliar 4,5/15 mm.

Für den Terminkalender

Ringfoto-Gesellschafterversammlung,
Stuttgart: 14. und 15. Juni 2009

Ringfoto-Herbstmesse:
2. bis 4. Oktober 2009

Als intelligenter Mittler ist die Noritsu-Software „EZ Controller“ zwischen Arbeitsplatz und nassem oder trockenem Ausarbeitungsgerät tätig. Natürlich aktualisiert der Minilabgerätehersteller diese Software laufend. Auf besonders interessante Funktionen der Update-Versionen 2.4, 3.0 und 4.0 geht Frank Lang, Supervisor Products Marketing der Noritsu Europe, ein.



Abb.: le

Kennt sich als langjähriger Noritsu-Techniker bestens mit den Menüfunktionen aus: Frank Lang, Supervisor Products Marketing der Noritsu Europe.

RAW-Datei-Auswahl: Links unten im vorderen Fenster „File Selection“ hat der Bediener drei Möglichkeiten zur Auswahl, welche Dateitypen eingelesen werden sollen: nur normale Dateien (wie JPEG), nur RAW-Dateien oder beide Dateitypen.

Interessante neue Funktionen des „EZ Controllers“ Praktischer Helfer

Version 2.4 Direktverarbeitung von RAW-Daten

War es dem Betreiber eines Noritsu-Geräts ab der Version 2.4 des „EZ Controllers“ möglich, die RAW-Bilddaten vieler gängiger Kameramodelle zu lesen, kann er sie nun, ab Version 4.0, sowohl „einlesen“ als auch ausarbeiten. Und zwar direkt, ohne umständliches Konvertieren in ein anderes Format, wie etwa Tiff oder JPEG. Eine Liste der aktuell unterstützten Kameras findet man auf der Homepage „Noritsu.de“ unter der Rubrik „Imaging Markt“, Untergruppe „Aktuelle Themen“. RAW-Bilder mit bis zu 5.120 x 10.920 Pixel, also 55,9 Megapixel, lassen sich nun direkt ausgeben, was vor allem bei professionellem Ausarbeitungsmaterial von Vorteil ist.

Bei der Dateiauswahl im „File Selection Display“ des „EZ Controllers“ kann der Operator festlegen, welche Bilddaten vom Eingabemedium übernommen werden sollen. Drei Modi stehen zur Wahl. Bei Einstellung „Normal media only“ übernimmt das Ausarbeitungsgerät keine RAW-Bilddaten. Im Modus zwei (RAW-Priorität) werden nur RAW-Bilder übernommen.

Gibt es auf dem Eingabemedium namensgleiche Bilddateien im RAW- und JPEG-Format, liest das Ausgabegerät nur die RAW-Bilder ein und ignoriert die JPEG-Dateien. Modus drei hingegen über-

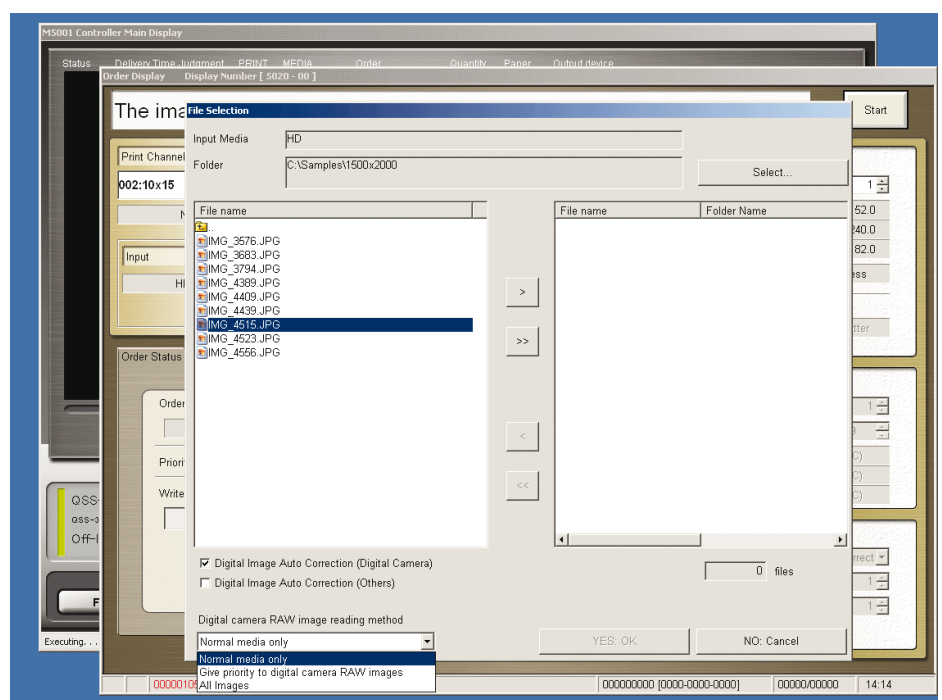
nimmt beides: identische RAW- und JPEG-Daten. Diese Auswahl und die Datenübernahme sind bislang nur am Arbeitsplatz des Ausarbeitungsgeräts – momentan noch nicht direkt an einem „CT“-Kundenterminal – möglich.

Magazinwechsel minimieren

Komfortabler kann sich der Operator das Ausarbeiten durch eine weitere Einstellung im „Main Screen“ des „EZ Controllers“ gestalten. Ab der Version 2.4 gibt es nämlich eine nützliche Vorsortier-Alternative. Normalerweise arbeitet das Gerät die Aufträge – unabhängig von den bestellten Papierformaten – entsprechend der Eingabe aus. Nun kann der Bediener das Lab veranlassen, die eingegebenen Aufträge „magazinabhängig“ zu sortieren und zu fertigen. Dann faßt die Software automatisch die Auftragsformate zusammen, die sich mit der „Papierbreite“ der jeweils eingesetzten Papiermagazine produzieren lassen. Die Papierbreiten-Priorität kann sogar nach aufsteigender oder absteigender Papierbreite bestimmt werden. Mit dieser nützlichen Funktion lassen sich lästige Magazinwechsel minimieren.

Automatischer Kontrast 2

Ab der Version 2.4 läßt sich der „automatische Kontrast 2“, der zuvor nur beim Ausarbeiten von Filmmaterial zu verwenden war, auch auf digitale Bilddaten anwenden. Er ist auch in der DSA einstellbar. Mit dem „Auto Contrast 2“ werden



Alle Screenshot-Abb.: NDG

Schärfe, Farbsättigung und weitere Parameter für die Bildfertigung voreingestellt. Er arbeitet motivabhängig dynamisch, wobei er Lichter und Schatten separat korrigiert. Dabei läßt sich die Stärke der Korrekturwirkung auch vorgeben. Ebenso ist es möglich, Licht und Schatten für jedes digitale Eingabemedium getrennt einzustellen.

Bei der festen Vorgabe von „Highlight and Shadow“ nimmt der Bediener Korrekturen selbst vor. Die kann er – zeitaufwendig – bei jedem einzelnen Bild machen, er kann die Korrekturen als generelle Einstellung auf jeden Printkanal geben oder als Generaleinstellung für jedes Medium hinterlegen. Dieses Fein-Tuning kann der Operator individuell vornehmen.

Wegen der vielen Verstellmöglichkeiten sollte es keinesfalls nach dem „Versuch-und-Irrtum-Prinzip“ durchgeführt werden. Im Zweifel helfen die Online-Handbücher oder die Noritsu-Hotline weiter.

Direkt zum LPS-24PRO

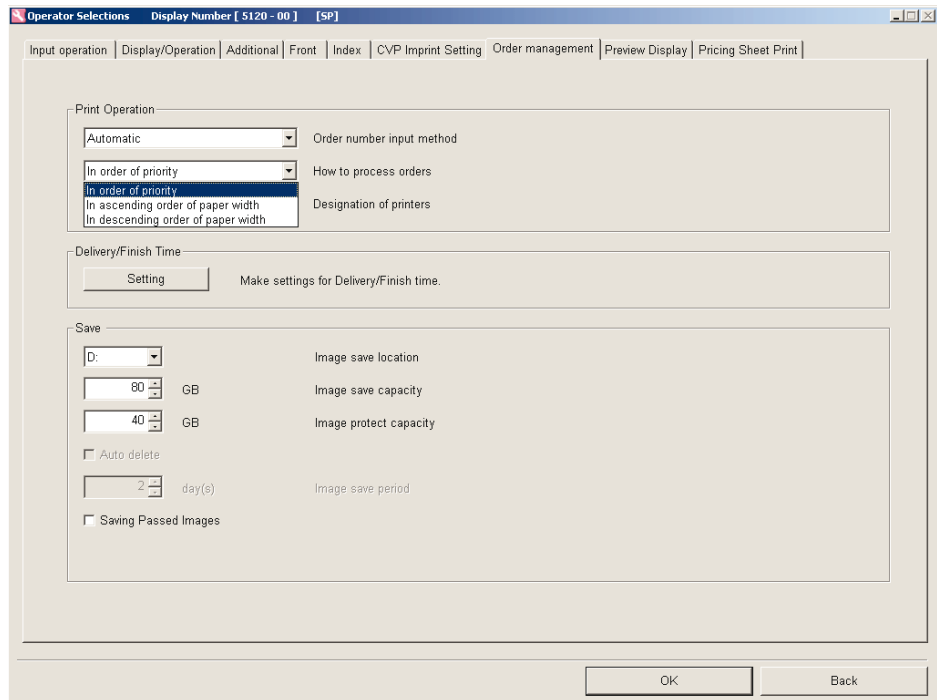
Nun kann der „EZ Controller“ den Noritsu-LPS-Jumbo zur Bildausgabe auch direkt ansteuern. Vor dem Datentransfer ist zur Daten- und Signalinterpretation auf dem Großprinter zuvor lediglich noch eine optionale Noritsu-Software zu installieren. Auf diese Weise stellt der qualitätsorientierte Bilddienstleister durchgehend einheitliche Bildergebnisse vom 10x15-cm-Bild bis zum 60x90-cm-Riesenfoto sicher. Und zwar unabhängig vom eingesetzten Noritsu-Ausgabegerät. Ein Eingabeterminal, an dem alle Einstellungen vorgenommen werden und in dem alle Korrekturen gespeichert sind, in Kombination mit durchgehend profilierten Geräten, stellen konstante Produktionsergebnisse sicher. Mit Hilfe der neuen „EZ Controller“-Funktion braucht der LPS-Betreiber nun noch die Ausgabeformate zu bestimmen, ihnen entsprechende Printkanäle zuzuweisen und der LPS-24PRO wird ohne weiteres Zutun des Bedieners direkt angesteuert. Das einst lästige Umrechnen entfällt, was Einbindung und Bedienung des Jumbos viel einfacher gestaltet.

Leichte Auftragsidentifikation

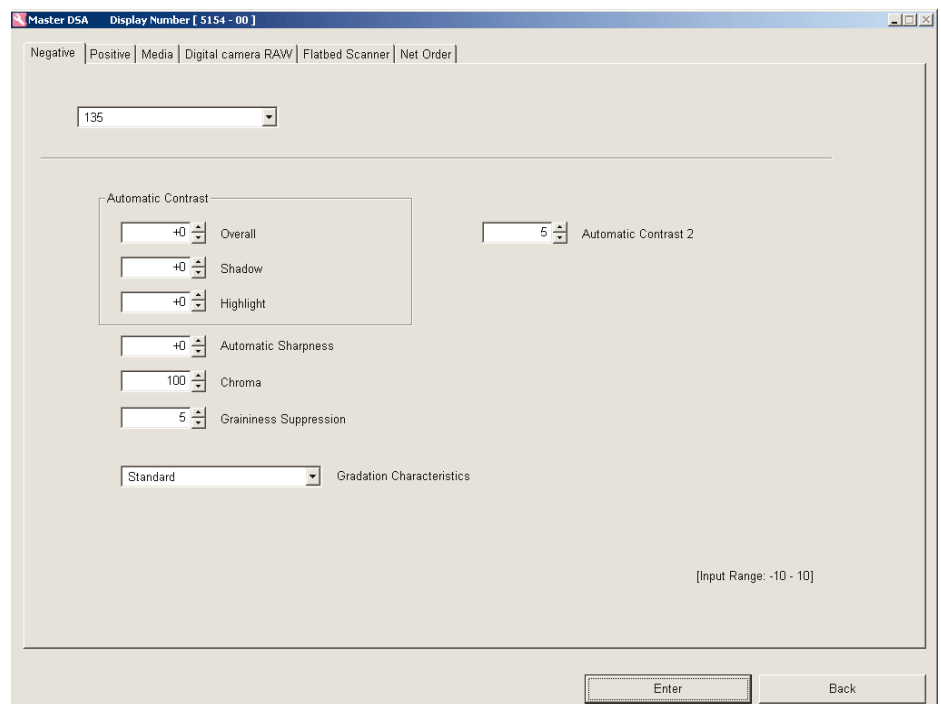
Eine weitere Funktion des „EZ Controller“ ermöglicht es, bereits erledigte Aufträge leicht wiederzufinden. So lassen sich Arbeiten, die im Auftragsarchiv abgelegt worden sind, nun mit Zusatzinformationen, wie „Hochzeit Musterpaar“ versehen.

16-Bit-Tiff-Modul integriert

Mit der Version 2.4 spendierte Noritsu dem „EZ Controller“ ein 16-Bit-Tiff-Modul. Konnten zuvor nur 8-Bit-Tiff-Bilddaten am „EZ Controller“ geladen und ausgearbeitet werden, ist das seither auch mit 16-Bit-Tiff-Daten möglich.



Magazinwechsel: Unter dem Reiter „Order management“ (Auftragsverwaltung) stehen als „Print Operation“ (links oben) drei Möglichkeiten zur Auftragsfertigung zur Wahl: das Sortieren nach Auftragspriorität oder „magazinbezogen“ nach aufsteigender oder absteigender Papierbreite.

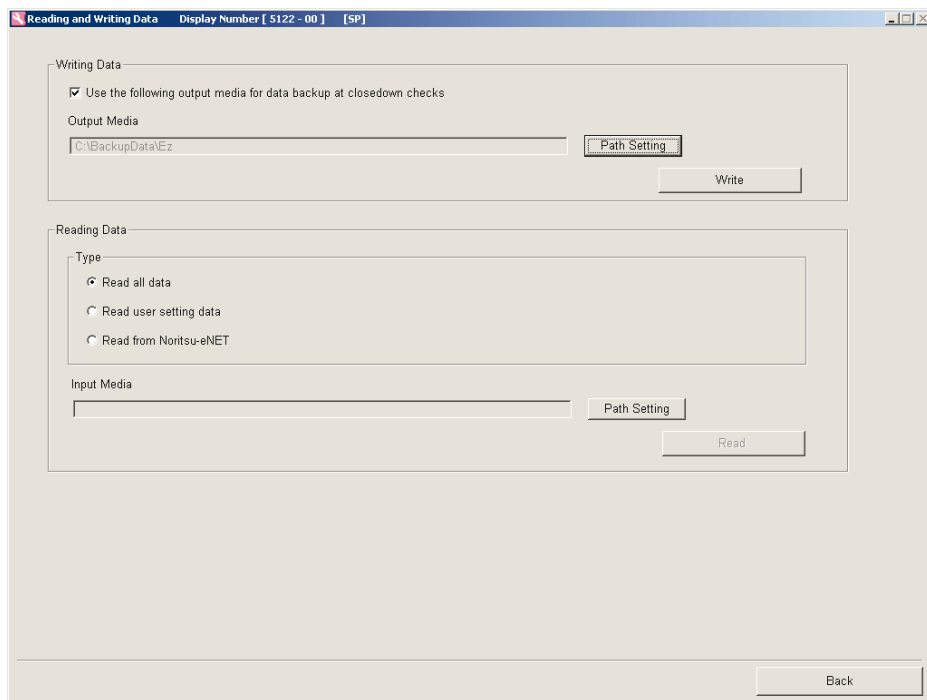


Auto Contrast 2: Im Fenster „Master DSA“ befinden sich oben, rechts von der Mitte, die Anzeige und die Schaltflächen zum Einstellen des „Automatic Contrast 2“-Wertes. Als Standardwert gilt „5“.

Alles Schwarzweiß

Hilfreich ist ab Version 2.4. auch die integrierte „Farbumwandlung“ gleich mehrerer Bilder in Schwarzweiß oder Sepia. Im PJP-Modus kann der Bediener über die „F“-Taste auf eine Auswahl zugreifen, in der sich der Menüpunkt „Color Conversion“ (Farbumwandlung) befindet. In dem Fenster läßt sich die Farbumwandlung zu Schwarzweiß oder Sepia auf einzelne Bilder oder auch auf alle geöffneten Bilder anwenden. Damit gehört das aufwendige

Backup-Speicherort:
Setzt man unter „Writing Data“, links oben, das Häkchen, wird das Backup beim Herunterfahren des „EZ Controllers“ automatisch im angegebenen Zielverzeichnis gespeichert. Den Zielpfad legt man über die Schaltfläche „Path Setting“ (oben rechts) an.



Konvertieren jedes einzelnen Bildes eines Auftrags oder einer Serie der Vergangenheit an.

**Version 3
37HD und Epson-LFPs**

Die Version 3 des „EZ Controller“ ist in der Lage, das QSS-37HD anzusteuern, und zwar auch mit den zuvor genannten Funktionen. Zudem kann ein Selbstverarbeiter nun auch Großdrucke direkt mittels Epson-Stylus PRO 4880/7880 ausgeben (die Anbindung weiterer Epson-Druckermodelle ist in Vorbereitung). Das Ausgabeformat erstreckt sich von mindestens A3 bis maximal A1.

Englisches Vista-Betriebssystem

Der „EZ Controller“ ist eine Software, die Noritsu bei der Installation eines Minilabgeräts zusammen mit einem systemkonformen PC als „EZ Controller“ Typ 2, 3 oder 4 liefert. Ein Gerät

**Auch das aktuelle
D701-Trockenlab
von Noritsu bedient
der Operator mittels
„EZ Controller“.**



Abb.: NKC

der Serie QSS-35 erhält der Betreiber mit „EZ Controller“ Typ 2, ein QSS-37 mit Typ 3 und ein QSS-37HD mit einem „EZ Controller“ des Typs 4. Der jeweilige Typ gibt Auskunft über den PC, aber nicht über die Version des „EZ Controllers“. Der „EZ Controller“ kann auch auf einem händlerigen PC installiert werden, der den jeweiligen Noritsu-Gerätespezifikationen entspricht. Bevorzugt der Betreiber bei dem PC „Vista“ als Betriebssystem, ist er an die 32-Bit-Edition, „Service Pack 1“, in der englischsprachigen Version gebunden. Dann kann er den „EZ Controller“ auf dem PC installieren und verfügt über die gleichen Funktionen wie bei einem mitgelieferten PC von Noritsu. Das Betriebssystem ist dann zwar englischsprachig, die sonstige Bedienoberfläche hingegen gewohnt deutschsprachig.

Wahl des Backup-Speicherorts

Allabendlich speichert das Minilabgerät vorm Ausschalten automatisch ein Backup. Ab der Version 3 des „EZ Controllers“ kann der Bediener bestimmen, wo diese Daten abgelegt werden sollen. Sinnvoll kann die Sicherung beispielsweise auf einem externen Netz-Laufwerk sein, das stets vorhanden ist.

Nach einem Festplattenschaden des Minilabgeräts können – nach einem Festplattentausch – die Backup-Daten so rasch zur Reinstallation genutzt werden.

Optionale Bildqualität

Mit der Version 3 führte Noritsu weitergehende Ausarbeitungsoptionen zur Bildqualität ein. Generell lässt sich Typ 1 für „gute Standardqualität“ wählen. In Verbindung mit der „Digital Image Auto Correction“ greift die Version 2. Sie bietet dem Operator zwei Möglichkeiten. Zum einen – gegenüber der Standardversion 1 – weiter-

gehendere Standardausarbeitung oder eine als „Soft/High Saturation“ bezeichnete Einstellung. Letztere ist die anspruchsvollste. Sie zeichnet die Bilder ein wenig weicher, was der Ausarbeitung vom Film nahekommt. Die Einstellung nimmt der Operator unter „Image Quality Setting“ beim Menüpunkt „Media“ vor.

16-Bit-Tiff-Bilder auch speichern

Das macht den Unterschied: ließen sich mit den vorherigen Versionen des „EZ Controllers“ Bilddaten im 16-Bit-Tiff-Format nur einlesen und ausarbeiten, ist es dem Minilabbetreiber ab der Version 3 möglich, diese Tiff-Dateien auch zu speichern. Die Obergrenze pro Bilddatei, die die aktuellen QSS-Systeme in Verbindung mit dem „EZ Controller“ „verarbeiten“ können, beträgt mit 5.120x10.920 Pixel immerhin 55 Megapixel.

Eigenes Monitorprofil

Für alle die Gerätebetreiber, die qualitativ höchste Ansprüche an eine identische Bildansicht mit der Bildausgabe erfüllen wollen oder müssen, besteht ab der Version 3 die Möglichkeit, mit einem Eingabeprofil auch ein entsprechendes Monitorprofil im „EZ Controller“ zu hinterlegen. So lassen sich Fremdprofile von Dritten in die Verarbeitungskette einbinden, wozu auch das Monitorprofil gehört. Derartiges Feintuning zählt allerdings zur „hohen Schule“ und sollte dem fachkundigen Betreiber oder entsprechenden Spezialanbietern vorbehalten bleiben.

Version 4

Noch mehr Möglichkeiten ...

... der individuellen wie komfortablen Geräteanpassung bietet die Version 4 des „EZ Controllers“. Dazu gehört, daß im BMP-Format Bilddateien bis zu 250 Megapixel (10.000x25.000 Pixel) eingelesen und ausgegeben, aber nicht gespeichert werden können.

Bequeme „Short Cut“-Leisten

Bediener, die öfter Einstellungen verändern und in die Tiefe der Software vordringen müssen, wissen die sogenannten „Short Cuts“ zu schätzen. Statt sich mühsam durch die diversen Ebenen von Menüs hangeln zu müssen, wird das Ziel über Kurzwahlmöglichkeiten flott erreicht. Bedienern älterer QSS-Geräte ist die Tastenkombination „PASS und N“ geläufig, mit der sie stets rasch zu den Kanaleinstellungen vorgedrungen sind.

Auf den Tastaturen der „EZ Controller“ geben Kurzbezeichnungen an, welche Funktion sich hinter welcher Kombination verbirgt. Angelehnt an die Kurzwahlmöglichkeiten der früheren QSS-Geräte gibt es beim „EZ Controller“ bereits standardisierte, fest eingestellte Kombinationen.

Beispielsweise für die Einstellungsebene, die Wartung, System-Versionskontrolle, die Fehleraufzeichnung, für die Systemeinstellungen, die Bedienerauswahl, für die Belichtungskanaleinstellung, die Funktions- und Optionsregistrierung.

Bediener ehemaliger QSS-Systeme zeigen sich denn auch immer wieder höchst erfreut, wie schnell sie sich beim Umstieg auf ein aktuelles Noritsu-Ausarbeitungsgerät mit „EZ Controller“ zurechtfinden. Darüber hinaus bietet die aktuelle Version dem Operator die Möglichkeit, gewisse Kurzwahlmöglichkeiten individuell zu belegen.

Identische Monitoransicht

Eine weitere Funktion der vierten „EZ Controller“-Version gestattet dem Operator, auch das Papier, das an einem LPS-24PRO verwendet wird, beim Monitor-Setup miteinzubinden. (Dazu muß der Großprinter natürlich ein integrierter Bestandteil der Fertigungskette sein.) Das stellt die identische Ansicht von Monitorbild und späterem LPS-Bild-Ergebnis sicher. Ob bei der Ausgabe übers Minilabgerät oder den LPS-Jumbo-Printer, der Funktionsaufruf ist in beiden Fällen gleich, so daß der Bediener nicht jeweils umdenken muß.

Individuelle Paßbildformate

Jenseits normierter biometrischer Paßbildgrößen hat der Betreiber mit der aktuellen „EZ Controller“-Version die Möglichkeit, eigene, individuelle Paßbildformate zu definieren und einzugeben. So lassen sich beispielsweise attraktive Bilderangebote für verschiedenste Kundengruppen und Anlässe kreieren.

Noritsu ist für ihr neuestes Trockenlab mit dem TIPA-Award 2009 ausgezeichnet worden. Erstmals auf der photokina vorgestellt, zeichnet sich das Injek-basierte Gerät dadurch aus, daß es das Spezialpapier beidseitig, also auf Vorder- und Rückseite bedrucken kann. Damit eignet sich das kompakte, leistungsfähige Gerät besonders für die Produktion von Bildmehrwertprodukten, wie etwa Fotobüchern. Ab Sommer dieses Jahres wird das Gerät in Deutschland lieferbar sein.



Abb.: NKC

**Schon bald 2009 zu haben:
Das doppelseitig druckende D502 wurde mit
dem TIPA-Award 2009 ausgezeichnet.**

„Short cut“-Einstellung:

Im oberen Bereich des Fensters gibt es bereits voreingestellte Shortcuts, die jederzeit verändert werden können. Im unteren Bereich dieses Fensters gibt es noch freie, undefinierte Kurzwahlschlüssel.

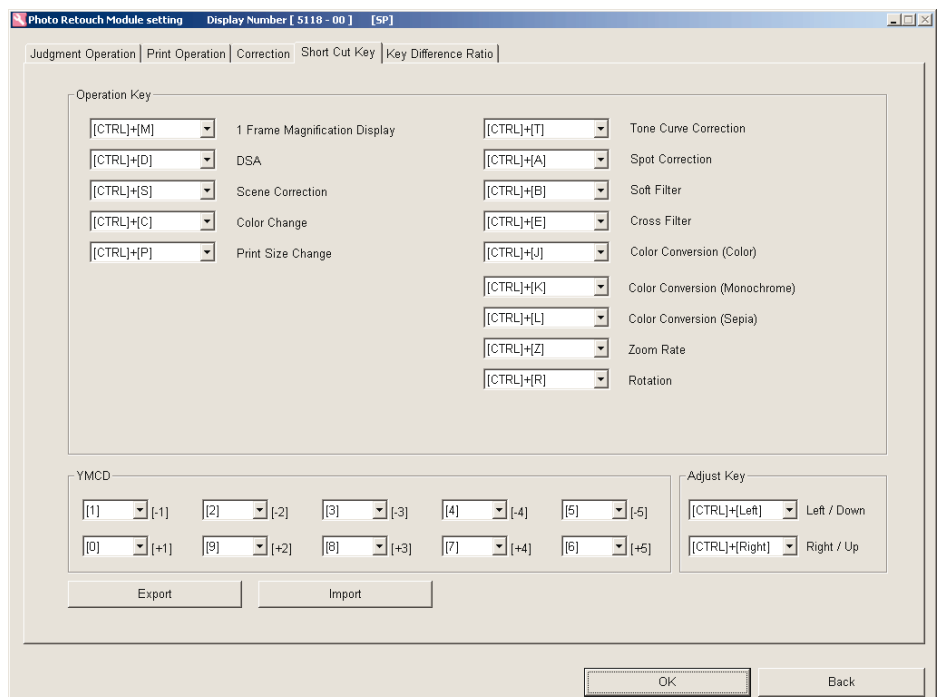


Abb.: NKC



Die aktuellen Noritsu-QSS-Geräte werden mittels „EZ Controller“ gesteuert.

Geschützter Archivbereich

Nicht immer sollen vermeintlich „alte“ Auftragsdaten, die im Auftragsarchiv abgelegt worden sind, automatisch gelöscht beziehungsweise überschrieben werden. Mit einer neuen Funktion läßt sich ein Bereich des Auftragsarchivs für Auftragsdaten definieren, die dauerhaft erhalten werden sollen. So kann der Operator beispielsweise vom 60 GB großen Archiv 20 GB für die Langzeitarchivierung reservieren. Die im Permanent Speicher abgelegten Auftragsdaten werden mittels Schlüsselsymbol als solche auf dem Monitor kenntlich gemacht. Die erhaltenen Aufträge braucht der Bediener in der Auftragsliste lediglich als „order protection“ markieren. Mit Schlüsselsymbol versehen bleiben sie beispielsweise für Nachbestellungen unangetastet im Archiv.

Mit oder ohne Korrekturwerte ...

... können nun auch 16-Bit-Tiff-Bilder von Filmmaterial für Kunden auf CD/DVD gespeichert werden. Der Kunde hat die Wahl zwischen den unbearbeiteten Scandaten oder den korrigierten Bilddaten, die beim Printen seiner Bilder verwendet worden sind. Diese Option betrifft das externe Speichern auf CD/DVD. Im systemeigenen Archiv werden die Bilddaten stets einschließlich der Printkorrekturen abgelegt. Nur so sind – etwa bei Nachbestellungen – reproduzierbare Bild-Ergebnisse zu erzielen.

Mehrere „EZ Controller“ – ein Printer

Mit der Version 4 des „EZ Controllers“ erschließt Noritsu ihren Kunden offiziell die

Möglichkeit, mehrere „EZ Controller“ an einen QSS-Printer anzuschließen. Bei dieser Konstellation können von mehreren Arbeitsplätzen Daten an ein Ausarbeitungsgerät übergeben werden. Mit einem Inkjet-Printer, wie dem D701, ist das momentan nicht ohne weiteres möglich. Dazu muß dann noch „EZ Lab“ zwischengeschaltet werden.

Generell stellt die neue Funktion sicher, daß Fehlermeldungen gleichzeitig auf allen „EZ Controller“-gestützten Bildschirmen der verschiedenen Arbeitsplätze erscheinen. Mahnt das Minilab beispielsweise an, daß Chemie nachzufüllen ist, erhalten zeitgleich alle Bediener diese Information. Jeder Operator kann die Meldung mit „Ja“ oder „Nein“ quittieren. Sobald die Aktion ausgeführt, der Fehler behoben worden ist, verschwindet die Meldung auf allen Monitoren. Bei grundsätzlichen Einstellungen, wie einem Emulsionsnummernwechsel, reagiert das System auf die zuerst eingehende Bestätigung und sperrt zugleich alle weiteren Arbeitsplätze, bis die Aktion durchgeführt worden ist. Auf diese Weise wird verhindert, daß widersprüchliche Befehle das System blockieren.

Aufträge verschiedener Priorität

Ein weiteres Feature der Version 4 läßt es zu, Aufträge verschiedener Prioritäten an einen Printer zu schicken. Da jeder „EZ Controller“ seine eigene Prioritätenliste verwaltet, arbeitet der Printer die eingehenden Aufträge nach dem „First in – First out“-Prinzip aus, egal welche Priorität der Auftrag am jeweiligen Eingabepplatz hat. Aufträge gleicher Priorität, die mit „EZ-Controllern“ erstellt worden sind, werden nicht zwingend in der chronologischen Reihenfolge der Übergabe ausgegeben, sondern nach einem flexiblen systeminternen Rhythmus. Diese Funktion ist allerdings auf die Ausgabe mit einem Printer beschränkt. Sofern mehrere Ausarbeitungsgeräte von mehreren „EZ Controller“-Arbeitsplätzen beschickt werden, ist zur zentralen Prioritätenverwaltung noch eine Software zur zentralen Auftragsverwaltung als Mittler erforderlich.

Fragen und Antworten im Netz

Betreiber mit guten Englischkenntnissen können folgende Internetseite der Noritsu Koki aufrufen: www.productfaq.sub1.noritsu.co.jp/en_product_faq/index.html. Dort findet sich praktische, zum Teil mit Videofilmen unterlegte Hilfe nach dem „Fragen und Antworten“-Prinzip (FAQ). Auf der Seite gibt es nützliche Informationen zu QSS-Geräten, Trockenprintern, „Consumer Terminals“ und Filmentwicklungsmaschinen von Noritsu.



Gut ausgeschildert: die „europa foto“-Veranstaltung in den Rhein-Main-Hallen in Wiesbaden.

europa-foto-Einkaufsmesse, Wiesbaden

Starker Auftakt

Wozu bedurfte es eines neuen Bilderkonzeptes?

Der Fotofachhandel, einst Marktführer im Fotoarbeitengeschäft, hat gerade in diesem lukrativen Segment auf der ganzen Linie massive Einbußen hinnehmen müssen. Wegen der gegenwärtig schwierigen Marktsituation und wegen des technischen Wandels sind die wenigsten Händler zu größeren Investitionen zu bewegen. Auch die Großlabore haben bislang nicht gerade zur Stärkung des Bildergeschäfts im Fotofachhandel beigetragen. Diese Gründe haben die Zentrale und den Verwaltungsrat der europa foto dazu bewogen, ein eigenes Fotoarbeitenkonzept, nämlich das „sPrint-Konzept“, zu entwickeln, das unseren Mitgliedsbetrieben rasch erheblich mehr Umsatz und Ertrag verschafft sowie ihnen mittel- und langfristig einen deutlich größeren Marktanteil als heute im Bildergeschäft sichert.

Was sind die Eckpunkte Ihres Konzepts?

Ein durchgängig einheitlicher Auftritt, ein riesiges Bildersortiment. Selbstbedienung und Kompetenz gepaart mit hervorragenden Einkaufskonditionen und sehr gutem Ertrag. Dreh- und Angelpunkt ist dabei die Bestellstation von der der Händler möglichst mehrere zentral an einer Stelle in seinem Geschäft aufstellt. Entscheidend ist: diese Stationen, und zwar so viele wie jeder möchte, bekommen unsere Händler von der „europa foto“-Zentrale kostenlos zur Verfügung gestellt.

Unter welchen Bedingungen ist die Gestaltung kostenlos?

Sobald unser Händler mit jeder Station monatlich einen Bilderumsatz von 1.000 Euro netto erzielt, kostet ihn unsere Gestaltung gar nichts. Erreicht er diesen Mindestmonatsumsatz mit einzelnen oder mehreren Stationen nicht, hat er für das beziehungsweise diese betroffenen Geräte ein Monatsnettoentgelt von nur 59 Euro an uns zu entrichten. Mit einem Umsatz von

nur 118 Euro netto, den er an der Station erzielt, sind die 59 Euro bereits gedeckt. Das ist allemal zu schaffen, da der Händler gezielt Umsätze auf die weniger stark frequentierte Station lenken kann. Er hat die Möglichkeit, darüber beispielsweise seine Online-Bilderaufträge oder jene Fotoarbeiten abzuwickeln, bei denen Kunden den Händler um seine Assistenz bitten. Darüber hinaus braucht der Händler lediglich den erforderlichen Platz, die elektrischen Anschlüsse und eine schnelle Internetverbindung zu Installation und Betrieb der Stationen bereitzustellen.

Was gehört alles zu der Station?

Zur Verdeutlichung: Wir stellen unseren Mitgliedern nicht isoliert Annahmestationen zur Verfügung, sondern vielmehr ein Fotoarbeiten-Gesamtkonzept, das die Station als wesentliches Element beinhaltet. Jede wird mit einem „Touch Screen Monitor“ mit integriertem PC, mit Software, einem Shinko-Thermosublimationsdrucker und einem Unterschrank zur Aufnahme der Elemente von uns bereitgestellt.

Bestandteil des Softwarepakets ist auch ein Modul zur Ausgabe biometrischer Paßbilder. Da es die spezifischen Paßbildvorgaben für 15 Nationen beinhaltet, generiert es nach dem Einlesen der Paßbild-Bilddata



Auf der Frühjahrsmesse, die am 29. April 2009 in Wiesbaden stattfand, präsentierte Kooperationsgeschäftsführer Robby Kreft den rund 200 Fotohändlern und deren Beschäftigten aus 145 Mitgliedsbetrieben gut gelaunt ein neues exklusives Bilderkonzept. Damit will die Kooperation das Fotoarbeitengeschäft ihrer Fachhändler gewaltig nach vorn bringen. Umfang und Merkmale des Konzepts nennt Robby Kreft.



So soll es ab Mitte Mai in den Geschäften aussehen: Musteraufbau mit Stationen, Rückwänden, Werbung und Preisschildern auf der Messe.

Premium: Robby Kreft, Geschäftsführer der europa foto, stellte das neue Bilderkonzept mit dazugehörigem Fotobuch vor.



Austausch: Klaus Bothe (l.) und sein Mitarbeiter Volker Graf (r.), Isarfoto Bothe, Icking und Christian Schmidt (M.), Bereichsleiter Betriebswirtschaft der „europa foto“-Zentrale.



High noon: Auf jeder „europa foto“-Messe für die Händler ein willkommenes Muß.



Die richtige Auswahl treffen: Martin Schön (l.) und Waldemar Hartmann (r.) von Foto Weber in Würzburg waren gemeinsam mit ihrem Chef (im Hintergrund verdeckt) auf der Messe.



Suchte das Gespräch mit den Partnern aus der Industrie: Fotohändler Robert-Alexander Rutten, Foto Rutten, Wuppertal, und Vorsitzender des Verwaltungsrates der „europa foto“.

ten automatisch die vorgewählten länder-spezifischen Paßbilder. Diese Paßbild-Software ist im Terminal so untergebracht, daß der Konsument darauf keinen Zugriff hat. Es ist dem Händler aber freigestellt, sie auf einem eigenen Windows-Rechner zu installieren und jenseits der Terminals zu nutzen. Zu jeder Station gehört – wahlweise – eine mittelhohe oder hohe Werbe-Rückwand, die mit diversen Bildmustern und händler-individuellen Preistabellen versehen ist. Bestandteil des Pakets sind zudem eine dreijährige Garantie auf alle Verschleißteile, wie etwa Thermokopf und Schneideinheit, sowie kostenlose Verschleißreparaturen. Damit die teilnehmenden Händler auch am technischen Fortschritt angemessen teilhaben, findet nach drei Jahren ein Austausch der „alten“ gegen neue Geräte statt. Gegen Zuzahlung ist ein Wechsel schon nach zwei Jahren möglich.

Wer installiert die Stationen, und was geschieht mit vorhandenem Equipment des Händlers?

Insgesamt 14 Techniker eines Subunternehmens schließen die Geräte ab Mitte Mai vor Ort an, und nehmen sie in Betrieb. Dazu gehört auch das Anbinden von maximal drei händlereigenen Ausarbeitungsgeräten. Also beispielsweise einem Mini-labgerät, von dem es über 150 in unserer Gruppe gibt, einem „Large Format Printer“ und einem weiteren Ausarbeitungsgerät. Letzteres sollte kein Thermosubprinter sein, weil sich dessen Betrieb nach Aufbrauchen des vorhandenen Materials im Rahmen des neuen Konzepts absolut nicht mehr lohnt. Kodaks Apex-System läßt sich derweil nicht anbinden, weil uns Kodak, entgegen der Zusage, den Quellcode noch nicht gegeben hat. Im Gegensatz dazu zeigen sich die meisten anderen renommierten Anbieter von Ausarbeitungsgeräten sehr kooperativ.

Welche Kosten fallen fürs Aufstellen an?

Sofern sich die Installation unserer Stationen und die Anbindung der Fremdgeräte im vorgegebenen Rahmen bewegt, ist sie für den Händler ebenfalls kostenlos. Darüber hinausgehender Installationsmehraufwand ist – aus Gründen der Fairneß gegenüber allen teilnehmenden Händlerkollegen – vom jeweiligen Händler zu tragen. Zum Leistungsumfang des Konzepts gehört ferner noch eine kostenlose halbtägige Nachbetreuung. Diese Aufgabe übernehmen zwei Fachleute nach der Installation. Sie werden jeden Händler besuchen, die Werbemittel des dazugehörigen Werbemittelpakets im und am Geschäft plazieren und den Händler mit der Bedienung und der weitergehenden

Einstellung der Terminals vertraut machen. Das geschieht vor Ort im persönlichen Austausch mit dem Händler und dessen Mitarbeitern.

Was kann der Verbraucher an den Bestellstationen alles ordern?

Dort kann der Konsument weitgehend in Selbstbedienung, bei Bedarf aber auch mit Hilfe seines Händlers oder eines Mitarbeiters, über 500 verschiedene Bildprodukte bestellen. Je nach Geräteausstattung produziert der Händler einen Teil dieser Artikel selbst. So zum Beispiel die Sofortprints, die die Drucker der Stationen printen. Oder die Fotos, die der Händler mit seinem Minilabgerät ausgibt. Gleiches kann für Großformatdrucke gelten, sofern er einen eigenen Großformatdrucker betreibt.

Die weitaus meisten der 500 optional bestellbaren Produkte aber wird der Händler von unseren Dienstleistern beziehen, mit denen wir exklusive Jahresverträge abgeschlossen haben. Vertragspartner der Dienstleister sind Fotoco und di support. Im Zuge dieser Aufgabenteilung wird es bei di support wieder die gute alte Hotline geben. Der Händler hat damit für alle Fragen eine zentrale Anlaufstelle, die ihm aber auch Auskunft über Produktionsstand und Verbleib seiner Aufträge bei den Dienstleistern gibt. Somit muß sich der Händler mit seinen Fragen und Wünschen nicht an die einzelnen Dienstleister wenden.

Wer liefert was?

Mit dem Drucker in den Stationen kann der Händler Bilder in üblichen Standardformaten von 9x13 bis 15x20 cm als Sofortprint ausgeben. Aus rein praktischen Gründen sollte der Händler aber pro Format einen Drucker belegen. Unser preiswertes Einstiegsbild, Poster auf Fotopapier von anlogen wie von Bilddaten sowie Funprodukte produziert das ORWO-Großlabor. Es gibt Fotobücher in unterschiedlichen Ausführungen, die natürlich den Namen des Händlers tragen und somit für sein Unternehmen werben. Das qualitativ hochwertige Fotobuch, gedruckt auf einer Sechsfarben-Indigo-Maschine und mit UV-Lack versiegelt, fertigt ein Buchdruck-Unternehmen. Übrigens, auch ohne Datenreduktion, wenn der Konsument die längere Übertragungszeit in Kauf nimmt. Die „Bild-Stoffprodukte“ stellt Artido her, ein ehemaliger Hersteller für Seidenkrawatten. Das heißt, unser Sortiment umfaßt das ganze Bilderspektrum von den Standardbildern über Fotobücher, viele Großformate, Bilder auf verschiedenen Bedruckstoffen, unter anderem auf Leinen, aber auch Funprodukte, wie die Bildtasse, das Mousepad, das Bilderkissen bis zum „bebilder-

ten“ Duschvorhang. Unser Angebot beinhaltet neben dem üblichen Bildersortiment schon recht viele Sonderartikel, so daß allenfalls sehr individuelle Wünsche noch nicht abgedeckt werden.

Und das Onlinegeschäft?

Es ist natürlich Bestandteil unseres Fotoarbeiten-Gesamtkonzepts. Der Konsument, der sich einmal an die Bedienung der Station beim Händler gewöhnt hat, möchte auf die gleiche Weise auch seine Onlinebestellungen daheim aufgeben. Die Online-Software kann der Verbraucher downloaden oder als CD von seinem Händler bekommen. Die Software installiert der Verbraucher einmal auf seinen PC und gelangt dann stets zu seinem Händler und der gewohnten Bestellumgebung. So kann er auch alle Produkte des großen Sortiments vom heimischen PC aus ordern. Der Händler kann festlegen, ob der Kunde die fertigen Produkte nur in seinem Geschäft abholen oder auch per Post bekommen kann. Bis zu 50 Euro ist die Zahlung per Banklastschrift möglich, darüber hinaus per Kreditkarte, wobei wir dem Händler auch die Zahlungsabwicklung abnehmen.

Wie agieren Ihre Händler gegenüber Billigbildangeboten?

Sie werben mit einem „3-Nächte-Bild“ im Standardformat zu einem Verkaufspreis von 9 Cent, das sie so günstig beziehen, daß sie daran noch Geld verdienen. In der Praxis werden sie aber versuchen hochzuverkaufen und das Sofortbild aus der eigenen Station für 29 Cent forcieren. Diesen Preis zahlt der Konsument ja auch bei fachhandelsfremden Anbietern fürs Sofortbild. Gleichwohl vermutet er den Preis nicht beim Fachhändler. Sofern unser Händler ein Minilabgerät betreibt, wird er dem Bilderkunden auch noch das Manufakturbild anbieten, für das wir einen Preis von 34 bis 39 Cent für angemessen halten. Unser Händler ist wettbewerbsfähig und kann jedem Kunden das passende Bildprodukt anbieten.

Wie finanziert europa foto die Geräte, die Leistungen, das Konzept?

Die Finanzierung ist recht komplex, seriös gerechnet und sehr solide. Sie wurde vom Verwaltungsrat geprüft und einstimmig akzeptiert. Prinzipiell beruht sie auf Provisionen, die für die Bündelung und Vermittlung der Aufträge gezahlt werden. Es gibt – über die Dienstleister hinaus – diverse Partner, die Interesse am Erfolg des Konzeptes haben. Jeder beteiligt sich, das macht es möglich, ein solches Konzept zu finanzieren. Unsere Finanzierung hat keinen negativen Einfluß auf die Gewinnausschüttung, im Gegenteil, die Gewinnaus-

schüttung kann durch das Konzept nur steigen. Die Einkaufspreise unserer Händler sind bereits entsprechend kalkuliert. Auf einen bestimmten Umsatzwert bekommen sie keine Gewinnausschüttung, auf die darüber hinausgehenden Umsätze sehr wohl. Wir verwenden kein Klickratenmodell und subventionieren die Geräte auch nicht mit völlig überbewerteten Verbrauchsmaterialien. Vielmehr konnte die Support als größter Importeur des verwendeten Papiers sich über Jahre hinaus konstant günstige Materialpreise sichern. Auch alle anderen Einkaufskonditionen, die wir unseren Händlern im Rahmen des Konzepts offerieren, sind überaus attraktiv und sichern unseren Mitgliedern nicht nur guten Umsatz, sondern auch hervorragenden Ertrag.

Ist der werblich einheitliche Auftritt verbindlich?

Alle Komponenten, Rückwände, Schränke, Geräte, Software bis hin zu den Werbe- und Organisationsmitteln sind bewußt im „europa foto“-Design gehalten. Auf dem Monitor findet der Konsument auch den Namen und das Logo seines Händlers. Wir wollen in den Geschäften als europa foto erkennbar sein. Das ist für die Gruppe, aber auch für die Industrie wichtig.

Wie nehmen Ihre Händler das Konzept auf, wie ist die Beteiligung?

Die Zustimmung ist beeindruckend, die Beteiligung spricht für sich. Auf der Messe haben Händler mit uns schon Verträge über knapp 300 Stationen abgeschlossen. Bis zum Jahresende gehen wir von mindestens 500 aufgestellten Einheiten aus.

Wie entwickelt sich Ihre Kooperation?

Wir haben mit AVW, Breitscheid, einen neuen Händler gewonnen. Das Unternehmen leitet zentral 59 ehemalige Fotopoint-Filialen, die das Unternehmen übernommen hat. AVW kommt aus dem Handybereich und bindet nun Foto ein. Diese Geschäfte werden demnächst auch an unserem Fotoarbeitenkonzept teilnehmen.

Mit der geschäftlichen Entwicklung in den ersten vier Monaten dieses Jahres sind wir sehr zufrieden, wie ein deutliches Plus im Lagergeschäft zeigt.

Außerdem haben wir eine behutsame Modifikation unseres „europa foto“-Logos vorgenommen. Sie fällt kaum auf, was gut ist, bietet aber mehr Spielraum bei der grafischen Gestaltung.

Die 2008er Ergebnisse werden wir auf der Jahreshauptversammlung präsentieren, die am 11. und 12. Mai 2009 in Bad Nauheim stattfindet. Unsere diesjährige Herbst-Einkaufsmesse veranstalten wir am 24. September 2009 wieder in Wiesbaden.



Professionell: ansprechend gestalteter Flyer ordentlich präsentiert.



Informationsgespräch auf der Messe: B. Stockklauser, Foto Stockklauser (M.), und Alexander Kopp (I), Vertriebsrepräsentant Süd der deutschen Noritsu.



Kinderleichte Bedienung: Mehr als 500 Bildprodukte kann der Konsument am „Touch Screen“-Monitor der Station bestellen.



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 Papierschubblängen 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 | www.noritsu.de

NORITSU