

# *imaging* markt

Das Journal für Minilab, Finishing + Digital Imaging



## Feuer und Flamme

So stärken und schützen Sie Ihr Digitalbildgeschäft

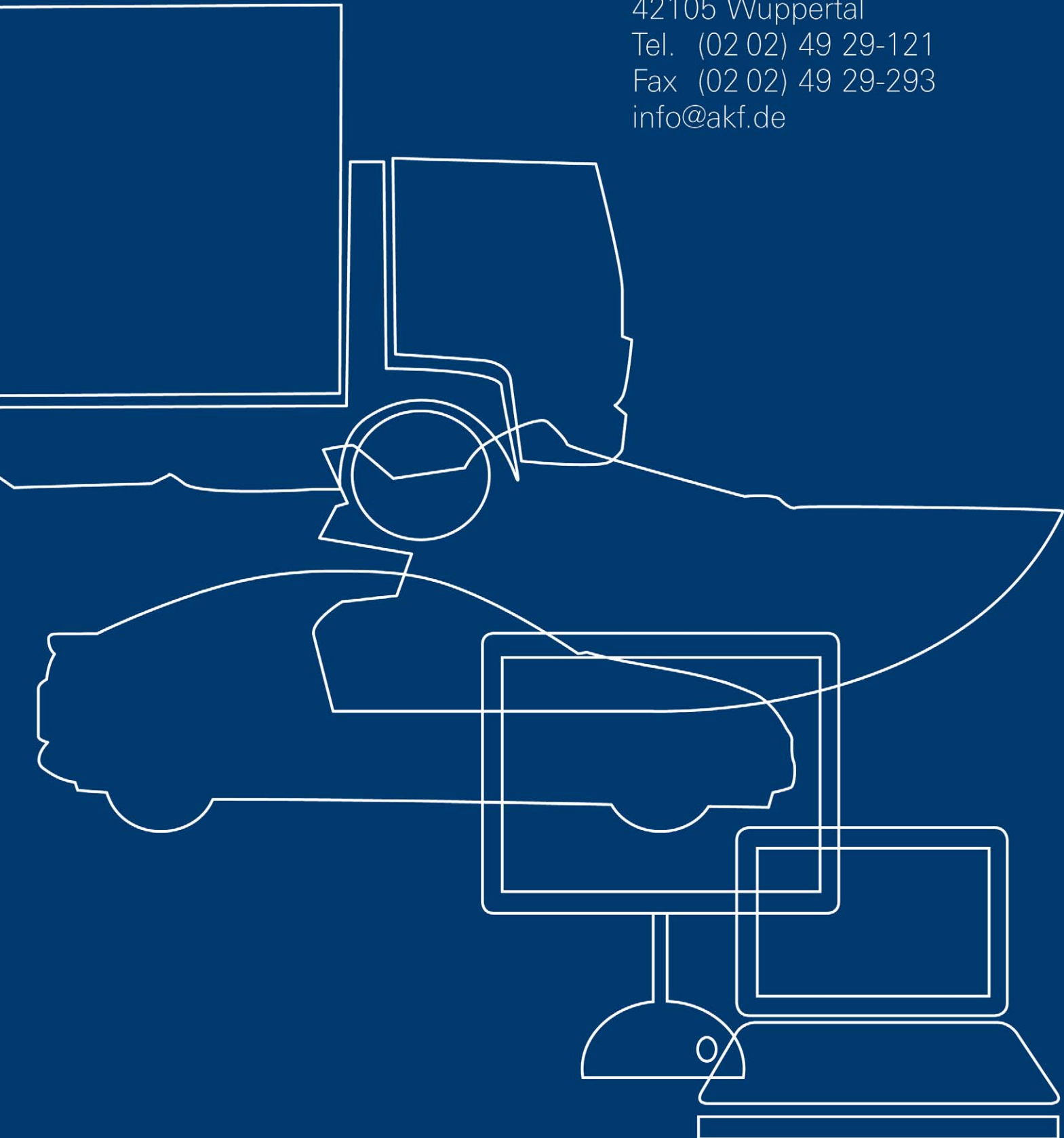


# akf bank

## der finanzpartner

Eine vernünftige Entscheidung  
Kredit, Leasing, Mietkauf

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



**Impressum**

**Herausgeber:**

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

**Registrierung:**

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

**Redaktion:**

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

**Werbevermarktung:**

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

**Gestaltung & Herstellung:**

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

**Erscheinungsweise:**

sechsmal im Jahr

**Titelbild 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.

**Erfahrungsbericht 4**

Foto Ewald, Montabaur  
**Volles Programm**

**Bildergeschäft 10**

Vorstellung des Promaxx-  
Fotobuch-Systems  
**Schnell und gut gemacht**

**Minilab 13**

Ohne geht es nicht: Viren-  
schutz auf allen Geräten  
**Sicherer Datenaustausch**



Abb.: Foto Ewald

**Ein ganzes Jahr Traumbilder**

Seit mehr als zwei Monaten hat der Westerwälder Fotofachhändler ein D703-Trockenlab im Einsatz. Details dazu, aber auch zum Bildergeschäft ab Seite 4.



Abb.: Promaxx

Die Eigenfertigung von Fotobüchern muß nicht mit großen Investitionen verbunden sein. Mehr zu einer ebenso preiswerten wie praktischen Lösung ab Seite 10.

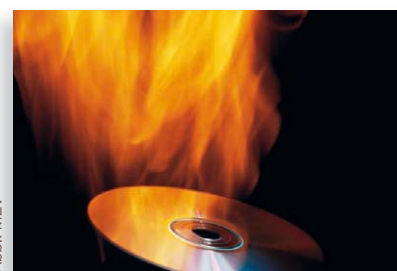


Abb.: MEV

Zum Titelbild: Digitale Bilddaten sind das Feuer des Digitalbildgeschäfts, für das der Fotofachhändler und Selbstverarbeiter entflammt. Hier gibt's brandaktuelle Informationen von der ersten bis zur letzten Seite.



Abb.: MEV

PC-Viren können auch Annahmeterminals und Ausarbeitungsgeräte befallen. Wie Sie sich davor schützen können, erfahren Sie ab Seite 13.



Chef



Chefin

Abb.: (l.)/re; (r.) Foto Ewald

Heinz Ewald und seine Tochter Bettina Schneider-Ewald sind Geschäftsführer des Unternehmens (o.).

Seit 2003 betreibt Foto Ewald die ehemalige Photo-Porst-Filiale in Montabaur/Westerwald (r.).



Vor ein paar Monaten nahm Foto Ewald in der Filiale Montabaur das Noritsu-Trockenlab D703 in Betrieb. Warum die Westerwälder sich für das Tintenstrahl lab entschieden, wie sie es nutzen, und wie sie im Bildergeschäft agieren, verrät Mit-Geschäftsführerin Bettina Schneider-Ewald.



Alle Abb.: Foto Ewald

### Foto Ewald, Montabaur

## Volles Programm

#### Sie bieten Ihren Bilderkunden eine große Auswahl?

Ja, wir haben unser Angebot (s. Kasten S. 7; d. Red.) kundengerecht abgestimmt. In allen unseren Geschäften kann man Bilder „sofort“, „über Nacht“ oder „nach vier Werktagen“ bekommen. Entweder in Standard- oder – bearbeitet und optimiert – in Premiumqualität. Der Leistungsumfang spiegelt sich auch im jeweiligen Bildpreis wider. Bei Aufträgen mit 100 und mehr Bildern gewähren wir bei den zuvor genannten Linien Mengenrabatte von 15 beziehungsweise 20 Prozent. Darüber hinaus bieten wir 100 9x13-cm- oder 100 10x15-cm-Bilder jeweils zu einem sehr günstigen Pauschalpreis an.

#### Arbeiten Sie alle Bilderaufträge selbst aus?

Bis auf Diafilmentwicklungen und ganz Exotisches produzieren wir alles selbst. Seit 1989 setzen wir fotochemische Minilabgeräte te ein, derzeit ein aktuelles voll-

digitales, das wir in unserem Geschäft im EKZ Hüter in Wirges betreiben. Damit arbeiten wir die Fotoarbeiten für Wirges und alle „4-Tage“-Aufträge für die Filialen aus. Durch diese Produktionskonzentration lasten wir das Naßlab gut aus. Zudem sind die Materialkosten fotochemischer Bilder gegenüber allen anderen derzeitigen Verfahren am günstigsten. Seit der Inbetriebnahme des D703 – Mitte September 2009 – in Montabaur produzieren wir mit dem Minilabgerät auch für diese Filiale nur noch die „4-Tage-Bilder“.

#### Wie haben Sie zuvor in Montabaur Bilder „sofort“ gefertigt?

Mit drei Thermosublimationsdruckern, die mit unseren Annahmeterminals verbunden waren. Wir hatten hier zwei Drucker für Bilder im Format 10x15 cm und einen für 13x18 cm im Einsatz. Die Geräte sind hier zwar weiterhin angeschlossen, aber ausgeschaltet. Solange sie noch funktionieren, behalten wir sie als Ersatzgeräte für den Fall, daß wir einen Engpaß kriegen.

#### Welche Bilder fertigen Sie mit ihrem Neuerwerb?

Wir produzieren mit dem Trockenlab alle „Sofort“-Bilder und alle „Über-Nacht“-Aufträge der Montabaurschen Kunden bis zum Posterformat 20x30 cm. Dazu kommen noch alle Paßbilder, die wir hier fotografieren und den Kunden sofort printen.

Als „Weltneuheit“ hat Foto Ewald das neue Ausarbeitungsgerät bekommen. Gegen Vorlage des Handzettels oder der Zeitungsanzeige konnten Kunden 10 Gatisprints machen lassen.

**WELTNEUHEIT!**  
Erleben Sie die Qualität der neuen Druckmaschine gratis bei Foto Ewald Montabaur

Kommen Sie zum Testen! Gegen Vorlage dieses Gutscheins erhalten Sie:

- 10 Fotos in 10x15 gratis von Ihren Digitalfotos
- sofort zum Mitnehmen
- incl. Bild-Optimierung
- ohne weitere Kosten (1 Gutschein pro Person einlösbar)

**10 Fotos gratis**

gültig bis 31.10.09 bei:

**FOTO EWALD**  
Montabaur - Kirchstr. 10  
Tel. 02602-999835  
Email: montabaur@foto-ewald.de

## Was hat Sie zur Anschaffung des D703 veranlaßt?

Dafür sprachen mehrere Gründe. Die Thermosublimationsdrucker sind stör anfällig und der Druckkopf hat nur eine begrenzte Standzeit. Immerhin schlägt der Austausch eines Druckers jeweils mit 800 bis 900 Euro zu Buche. Das summiert sich im Laufe der Zeit. Zudem ist die Bildqualität der Geräte der eines Fotofachgeschäfts nicht wirklich würdig. Ein weiteres Negativmerkmal ist die Formatbeschränkung. Uns war schon daran gelegen, alles bis 20x30 cm vor Ort fertigen zu können. Bezüglich Größe, Lage, Konkurrenzsituation hätte die Filiale in Montabaur eigentlich mit einem Minilabgerät ausgestattet werden müssen. Doch für das Volumen, das hier „sofort“ ging, hat sich eine große Maschine wieder nicht gerechnet. Nachdem mein Bruder Steffen auf der Ringfoto-Roadshow in Köln auf den D703 aufmerksam geworden ist, haben wir uns mit dem Gerät und seinen Möglichkeiten ausgiebig befaßt. Danach stand fest, das ist's, was wir hier in Montabaur brauchen.

## Wie beurteilen Sie das Gerät nun nach mehrmonatiger praktischer Erfahrung?

Ich habe ja noch in einem Fotolabor gelernt und bin nach wie vor ein Fan des Chemiebildes. Aber ich muß schon genau hinsehen, um die Unterschiede zwischen einem Foto und einem D703-Bild auszumachen, so gut ist die Bildqualität des Druckers. Ein ganz großer Vorteil gegenüber einer chemischen Maschine ist die leichte Bedienbarkeit des Inkjet-Geräts. Es



braucht kein „Morning Setup“, es bedarf keiner Papiertests, es erfordert kein penibles Ansetzen von Chemie. Den D703 kann hier jeder Mitarbeiter einschließlich der Auszubildenden komplett bedienen. Es erfordert keine fundierten Kenntnisse, um ihn morgens hochzufahren, abends auszuschalten, um das Papier und die Tinte zu wechseln. Das Gerät beansprucht wenig Stellfläche. Wir haben es auf einer einfachen fahrbaren Plattform positioniert, so daß wir es – etwa zum Putzen oder zur Wartung – leicht versetzen können. Und: es verbraucht weniger Strom als ein Minilabgerät. Auch die Anpassung an unsere hauseigenen Annahmeterminals (siehe IM 2/06, S. 22 – 29; die Redaktion) hat einwandfrei funktioniert.

## Wie haben Ihre Kunden den Gerätewechsel wahrgenommen?

Es fällt auf, daß die Kunden die Bildausgabe mit dem neuen, vergleichsweise großen Gerät für professioneller halten als zuvor mit den kleinen Druckern. So ein

**Auf einer Fläche von 90 m<sup>2</sup> präsentiert das einzige Fotofachgeschäft von Montabaur Fotoartikel und Dienstleistungen.**



**Steffen Ewald, Bianca Hähn, Natascha van Berk bilden das Team des Montabaurschen Geschäfts.**



Die Bildbestellung nehmen die Kunden gemeinsam mit einem Beschäftigten vor. Unter den beiden ersten Monitoren sind noch zwei der zuvor eingesetzten Thermosublimationsdrucker zu sehen.



Mit dem übersichtlich gestalteten Faltprospekt bringt man Bilderkunden das umfangreiche Bilderangebot näher.

Kleingerät haben sie zu Hause schließlich auch. Wobei sie nicht wissen können, daß die von uns verwendeten Thermosubdrucker über 800 Euro kosten, ihr Tintenstrahl-Heimdrucker dagegen meistens weniger als ein Zehntel des Preises. Das Summen des arbeitenden D703, die fertigen Bilder, die übers Transportband zur Ablage gleiten, diese optisch-akustischen Eindrücke in Verbindung mit der Größe des Geräts beeindrucken die Kunden. Die exzellente Bildqualität tut ein übriges. Der D703 ist für die Kunden eben ein „richtiges“, ein vollwertiges Laborgerät.

#### Ist die Bildqualität für Ihre Kunden ein wichtiges Kriterium?

Nach allen Erfahrungen, die wir tagtäglich machen, ist sie durchaus von Bedeutung. Die Kunden schauen sich ihre Bilder schon genau an und sagen auch, wenn ihnen mal eines nicht gefällt. Ein Problem sind Billigkameras, die von sich aus keine guten Bild-Ergebnisse liefern. Und gerade diese Kunden sind besonders kritisch beim Bild.

Ich kann die Behauptung mancher Anbieter jedenfalls nicht teilen, mit der digitalen Fotografie sei dem Konsumenten die Bildqualität längst nicht mehr so wichtig wie zur Analogzeit.

#### Haben Sie Ihr neues Ausarbeitungsgerät besonders beworben?

Zur Einführung haben wir es groß als Weltneuheit herausgestellt. In einem Anzeigenblatt, das in der Region mittwochs kostenlos an alle Haushalte verteilt wird, hatten wir einen redaktionellen Beitrag. Dazu haben wir in der Publikation auch eine spezielle Anzeige geschaltet. Um das Interesse zu schüren, haben wir den Lesern, die den Artikel oder die Anzeige ausgeschnitten und im Geschäft vorgelegt haben, zehn Gratisbilder mit dem Gerät gemacht. Erstaunlicherweise sind mehr Kunden mit dem ausgeschnittenen Artikel als mit der Anzeige gekommen, was für den höheren Aufmerksamkeitswert des redaktionellen Beitrags spricht. Erfreut hat uns, daß auch etliche neue Gesichter unter den Bilderkunden waren. Ich verschenke an einen Kunden lieber zehn Bilder und zeige ihm damit, wie gut unsere Leistung ist, als daß er gar nicht auf die Idee kommt, uns aufzusuchen. So behält der Kunde uns zumindest im Hinterkopf. Darüber hinaus haben wir mit einem Flyer, den wir im Geschäft an Kunden verteilt haben, auf unser neues Ausarbeitungsgerät aufmerksam gemacht und ebenfalls zehn Gratisbilder offeriert. Dabei haben wir die Gültigkeitsdauer des Testangebots bewußt auf einen Monat erweitert. Immerhin haben die allermeisten mehr als die zehn Freiprints machen lassen. Unterm Strich hat sich die Aktion sogar gerechnet.



Wie alle Beschäftigten des Hauses bedient auch Mitarbeiterin Sarah Hähn den D703. Das Gerät und der Unterschrank ruhen auf einer fahrbaren Plattform.

## Wie bieten Sie Ihren Kunden die Bilder an?

Die erste Frage, die wir Kunden stellen, die mit ihrem Datenträger zu uns kommen, um Bilder zu ordern, betrifft den Liefertermin: „Möchten Sie Ihre Bilder sofort mitnehmen oder hat's etwas Zeit?“ Dann kommen etliche Kunden erst darauf, daß „sofort“ überhaupt möglich ist. Das ginge an ihnen vorbei, würden wir als erstes nach der Menge oder der Qualität fragen. Hin und wieder lautet dann die erstaunte Antwort: „Ja, wenn es sofort geht?!“ Oder der Kunde trifft eine andere Wahl, die ihm angemessener erscheint. Das ist gut so, denn auf diese Weise kommen wir mit dem Kunden ins Gespräch. Wir erfahren, was er möchte, welche Vorstellungen er hat. Dieser Austausch ist Gold wert, weil wir dem Kunden unser Spektrum aufzeigen und ihm das anbieten können, was er haben möchte. Je nach Bedeutung und Menge der Bilder können die Premiumbilder das richtige sein. Oder, wenn es darum geht, die Festplatte von vielen Bildern zu räumen, unser Pauschalangebot für 13 oder 15 Euro. Die Wahl trifft letztlich immer der Kunde.

## Wie wickeln Sie typischerweise Bilderaufträge ab?

Abgesehen von einigen wenigen Bilderkunden, die Sachverständigen oder Presseleuten, die oft zu uns kommen und ihre Bilder routiniert völlig eigenständig am Terminal bestellen, gehen wir mit den allermeisten Kunden gemeinsam an die Annahmestation. Durchweg ordern selbst Stammkunden nur einige Male im Jahr Bilder, so daß sie sich die Bedienung nicht einprägen. Unser umfangreiches Mehrlinienangebot mit jeweils unterschiedlichen Lieferzeiten ist für die reine Selbstbedienung zu komplex. Wir sind den Kunden bei der Auswahl des jeweils geeigneten Produkts behilflich und stehen ihnen meistens so lange zur Seite, bis sie ihre Bilder geladen haben. Das gibt den Kunden Sicherheit und uns die Möglichkeit, uns mit den

Kunden auszutauschen. Dann nehmen sie die Selektion gern alleine selbst vor und melden sich, wenn sie ihren Auftrag abgeschlossen haben. Je nach Bildmenge sagen wir dem Kunden, wie lange die Ausdruckszeit ausfallen wird. Auf ein paar Bilder, die in drei bis fünf Minuten fertig sind, warten die meisten. Wer 100 Bilder hat, erwartet auch den Sofortdruck nicht in drei Minuten. Das dauert etwa 20 Minuten, die diese Kunden meistens für Erledigungen im Ort nutzen. Kunden, die Bilder „sofort“ und „mit Bearbeitung“ wählen, sehen uns durchweg noch gern bei der Bildoptimierung am Terminal zu. Sie sind ganz fasziniert, wenn wir Farbe und Kontrast verbessern, oder wenn wir das kleine Knäuel auf der Couch, die Katze des Kunden, im Bildausschnitt ganz groß machen. Das bereitet auch uns viel Spaß, denn dabei entwickelt sich ein sehr entspanntes Gespräch mit dem Kunden oder der Kundin. „Sofort“-Bilder und „Bearbeitung“ werden natürlich seltener gewählt als unsere anderen Bilderangebote. Premiumbilder werden beispielsweise vom Traumurlaub oder der Hochzeit bestellt, aber auch, wenn es darum geht, die roten Blitzaugen des Babys zu entfernen.

## Bieten Sie Ihre besten Bilder aktiv an?

Abhängig vom Kundenwunsch und dem Gesprächsverlauf bieten wir sie – wie übrigens alle unsere Leistungen – einschließlich der günstigen Aktionsbilder an, aber ohne dem Kunden die Premiumbilder aufzuschwatzen. Und, ohne den Kunden mit den vielen Möglichkeiten, die wir offerieren, gleich zu verschrecken, denn der will ja „nur Bilder haben“. Um beim oben genannten Beispiel der roten Augen zu bleiben: egal welche Bilderlinie der Kunde wählt, sobald wir Aufnahmen sehen, auf denen Personen rote Blitzaugen zeigen, weisen wir den Kunden höflich darauf hin, daß wir diesen unschönen Effekt beseitigen können. Weiter gehen wir nicht, sondern überlassen ihm die Entscheidung. Ich bin sehr wohl dafür, Kunden bei jeder sich bietenden Gelegenheit auf die verschiedenen Möglichkeiten hinzuweisen, aber ich verabscheue jedes Ausnutzen, jedes Übertölpeln und ein Hochverkaufen, das an Nötigung grenzt. Damit mißbraucht man doch das Wertvollste, das einem der Kunde entgegenbringt, nämlich sein Vertrauen. So ein Verkaufsverhalten würde mir jede Freude an der



Erst eine große Auswahl unterschiedlichster Artikel macht Funprodukte für Konsumenten interessant. Auf die Dekoration stoßen Kunden gleich beim Betreten des Montabaurischen Geschäfts.



Der Aufbau direkt hinterm Eingang wirbt für eine Herbst-Aktion. Für nur 20 Euro bekommt der Kunde alle „Zutaten“ für einen gemütlichen Bilder-Abend, nämlich 101 Bilder, ein Fotoalbum und eine Flasche Weißwein.

## Bilderangebot (auszugsweise)

	Digital Standard 9x13/10x15 cm	Digital Premier 9x13/10x15 cm
Sofort	0,39 €	0,49 €
Über Nacht	0,29 €	0,39 €
4 Werktage	0,19 €	0,35 €
Auftragspausch.	1,00 €	1,00 €
ab 100 Bildern	20% Rabatt	15%
<b>Daueraktion</b>		
100 Prints 9x13/10x15 cm	10,00 €	13,00 €
Auftragspauschale	1,00 €	1,00 €
Lieferzeit	4 Werktage	



Kamerakäufer erhalten ein Gutscheineheftchen mit 12 Monatsgutscheinen für je 10 Gratisbilder. Die Kunden stecken das Heftchen in die Geldbörse und kommen mindestens einmal monatlich zum Bildermachen ins Geschäft.



**Nur zwei Häuser weiter nutzen die Westerwälder die Schaufenster eines leerstehenden Geschäfts zur großflächigen Präsentation ihrer Dienstleistungen.**

Verkaufsarbeit vergällen. Schließlich mag ich als mündiger Konsument auch nicht, wenn man versucht, mich zu übervorteilen oder mir etwas aufzuschwatzen. Dann mache ich als Kunde sofort dicht.

**Wie reagieren Sie auf Fragen nach dem Bildpreis?**

Diese Fragen gibt es, aber weit weniger als gemeinhin behauptet wird. Anhand unseres Bilderprospekts stellen wir dem Kunden kurz unsere verschiedenen Bilderangebote vor, und sind uns dann meistens sehr schnell einig. Denn der Kunde erkennt rasch, welches Angebot seinen Wünschen entgegenkommt. Das können mal Premiumbilder, mal die „Über-Nacht“-Bilder, mal die preiswerten Pauschalprints sein. Die Abbildungen in dem Bilderprospekt machen die Unterschiede augenfällig. So entscheidet sich der Kunde zwischen der einen oder anderen Qualität. Dann geht es nur noch um die Lieferzeit. Ich will dem Kunden nicht partout 49-Cent-Prints verkaufen, da er doch weiß, daß er woanders Bilder für 19 Cent oder weniger bekommt. Je nach Bedarf kann er bei uns auch Bilder für 10 Cent erhalten. Ich möchte ja, daß er auch seine nächsten Bilder bei uns machen läßt. Deshalb ist mir wichtig, daß er unseren Bilderprospekt mit nach Hause nimmt. Dann sieht er, daß er bei uns auch Bilder für kleines Geld bekommen kann. Oder eben auch alle anderen – bis hin zu besonders edlen.

**Welche Erfahrung haben Sie mit Bildergutscheinen gemacht, die Sie beim Kamerakauf dazugeben?**

Wir bedienen uns dabei einer guten Aktion der Ringfoto, bei der der Kunde über ein Jahr verteilt jeden Monat zehn Gratisbilder bei uns machen lassen kann, also insgesamt 120 Bilder. Viele von ihnen stecken

dieses Hefchen in ihre Geldbörse und kommen monatlich zu uns, um Bilder machen zu lassen. Auch dabei zeigt sich, daß die wenigsten nur die zehn Freiprints bestellen. Mich stört auch nicht, wenn jemand nur die zehn Freibilder nimmt. Ich bin davon überzeugt, daß es viel effizienter ist, einem Kunden schon mal etwas zu schenken, als ihn zu verärgern. Das ist eine Frage der Geduld und des Weitblicks. Im Wirtschaftsleben werden Maßnahmen zusehends nach dem kurzfristigen Erfolg bewertet. Mittel- und langfristiges Denken tritt in den Hintergrund. Wir möchten unsere Geschäfte aber auch morgen und übermorgen noch erfolgreich betreiben. Das geht nur, wenn unsere Kunden uns vertrauen, wenn sie uns als fairen Partner und nicht als „gewinnmaximierten Abgreifer“ empfinden. Wir leben hier in einer ländlichen Region, in der jeder jeden kennt. Da ist es um so wichtiger, den guten Ruf zu pflegen, wenn man als ortsansässiger Anbieter Bestand haben will. Zudem gehen wir im Kamerageschäft offensiv vom Geräte- zum Bilderverkauf über. Wir machen ein Bild des Kunden, gehen mit ihm an die Terminals, erklären ihm unser Bilderangebot. Die Kamera ist schließlich die Basis fürs künftige Bildergeschäft. Entsprechend gut funktioniert auch der Rücklauf unserer Bildergutscheine, die wir den Kamerakäufern mitgeben.

**Bieten Sie zusätzliche Aktionen zur Belebung des Bildergeschäfts an?**

Ergänzend zu saisonalen Maßnahmen versuchen wir zwischendurch mit Besonderheiten aufzufallen. Unter dem Motto „Gemütlicher Abend für 20 Euro“ offerieren wir derzeit ein Set, das aus 100 10x15-cm-Bildern, einem schicken Fotoalbum, dessen Titelseite man mit einem 13x18-cm-Titelbild versehen kann, dem dazugehörigen 13x18-cm-Bild sowie einer Flasche Weißwein be-



**Mit dem Faltprospekt informiert Foto Ewald Kunden über das Paßbild- und Portraitangebot des Hauses.**



steht. Die Kunden erwerben für kleines Geld 101 Bilder und das Album, in das sie die Bilder gemütlich beim Gläschen Wein einkleben können. Damit die Aktion auffällt, haben wir sie prominent im Eingangsbereich des Ladens dekoriert. Zuvor haben wir unter der Überschrift „Größer ist schöner!“ beispielsweise ein 60x80-cm-Bild komplett mit Rahmen zum halben Preis angeboten. Mit diesem Aktionsangebot haben wir die Konsumenten angesprochen und für uns gewinnen können, die sonst nicht auf die Idee kämen, sich ein 60x80 cm großes Bild machen zu lassen. Alle Bilder über 20x30 cm geben wir mit unserem „Large format printer“ aus.

#### Nutzen Sie den D703 auch zur Produktion von Bildsonderprodukten?

In der Adventszeit bekommt jeder Bilder- und jeder Paßbildkunde beispielsweise von uns eine Gratisgrußkarte mit einem seiner Bilder. Die Grußkarte legen wir kommentarlos zu den anderen Bildern seiner Fotoarbeit beziehungsweise seines Paßbildauftrags, damit er eine Vorstellung davon bekommt, wie gut sein Motiv als Grußkarte aussieht. Gerade jetzt, in der Vorweihnachtszeit, hoffe ich darauf, daß er uns anspricht und seine individuellen Grußkarten bei uns bestellt. Wir haben am Terminal generell Masken hinterlegt, in die der Kunde einfach nur ein Bild einzufügen braucht, um Grußkarten kreieren und bestellen zu können. Mengenabhängig kostet eine Grußkarte mit Umschlag zwischen 89 und 49 Cent. Dazu kommt die Auftragspauschale von 4,90 Euro.

#### Welche Mehrleistung bieten Sie Ihren Paßbildkunden?

Wir versuchen sie abzuholen, wo sie sind. Kunden, die biometrische Paßbilder haben möchten, fotografieren wir generell einmal dokumentengerecht und einmal „schön“. Das 4er Set mit vier biometrischen Bildern braucht niemand. Statt dessen bieten wir dem Kunden für einen Aufpreis von nur zwei Euro das 4er Set mit zwei biometrischen und zwei „normalen“ Paßbildern an. Bei Frauen geht das immer, bei Männern nie. Als Alternative, die häufig bei Kindern gewählt wird, bieten wir für nur 4 Euro Aufpreis ein „schönes“ 10x15-cm-Bild zum Paßset an. Normalerweise berechnen wir für ein 10x15-cm-Portrait 11,90 Euro. Der Paßbildkunde will aber kein Portrait. Doch für vier Euro nimmt er es mit.

#### Sie haben zusätzliche Schaufenster gemietet?

Zwei Häuser weiter nutzen wir seit einiger Zeit die Fenster eines lange leerstehenden Ladenlokals, um die ganze Bandbreite un-

serer Dienstleistungen zu präsentieren. Dort stellen wir vom Standardbild über große Bilder bis zum riesigen Bild, vom Leinenbild bis zum Bild auf Leichtschäumplatte oder hinter Acryl-Glas alles ausführlich vor. Das können wir sonst nur Kunden zeigen, die ins Geschäft kommen. Durch die zusätzliche Fensterfläche erreichen wir nun auch Passanten, die durch die Stadt flanieren. Ich hoffe darauf, daß die Präsentation bei dem einen oder anderen entsprechenden Bedarf weckt.

#### Sie sind auch mit Funprodukten sehr aktiv.

Wir haben damit vergleichsweise früh begonnen, aber es hat Jahre gebraucht, bis wir den heutigen Standard erreicht hatten. Nach alljährlichen Zuwachsraten ist der Umsatzanteil dieses Dienstleistungssegments inzwischen so hoch, daß wir ihn kaum noch werden steigern können. Kaufanlässe für die Produkte, wie Vereinsfeiern, Klassenabschlußfahrten, Junggesellenabschiede, Geburtstage, gibt es zwar übers ganze Jahr, aber das Gros läuft im November und Dezember. Die Duschvorhänge machen zwar Eindruck, aber gekauft werden Tassen, T-Shirts, Mauspads und Kissen. Aus betriebswirtschaftlichen Erwägungen müßte man das Sortiment ausdünnen. Aber wenn wir nur noch die zehn meistverkauften Artikel bieten, dann interessiert es die Konsumenten nicht mehr. Wir haben ja nicht umsonst vorn im Geschäft eine große Präsentation nahezu aller Fun-Produkte, die wir liefern können. Weil wir die Bandbreite haben, kommen die Kunden, auch wenn sie letztlich „nur“ die Tasche kaufen. Für uns ist – wie bei allen unseren Angeboten – auch bei diesen Artikeln wichtig, daß wir diese Aufträge bekommen. Deshalb unternehmen wir alles, um unsere Kunden zufriedenzustellen.

**FOTO EWALD**  
Größer ist schöner!

Bild in 60x80 29,00  
(von Digital, Dia, Negativ, Bild)  
+ Rahmen 29,95  
in 30 Minuten zum Mitnehmen\* ~~58,95~~

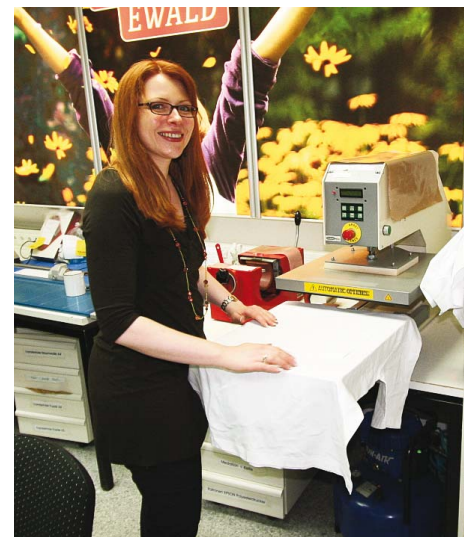


Sie sparen 50%

**29.-**

\*von digitalen Diastrips und vom Bild, Vom Dia und Negativ 4 Tage.

Mit ständig wechselnden Aktionen wirbt der Westerwälder Fotofachhändler aktiv für sein Bildergeschäft.



Im hinteren Bereich des Ladenlokals befindet sich ein abgeteilter Bereich, in dem die Funprodukte für alle Ewaldschen Geschäfte produziert werden. Im Bild Bianca Hähn an der T-Shirt-Press.

#### Kurzportrait Foto Ewald

Seit nunmehr sechs Jahrzehnten ist Foto und Parfümerie Heinz Ewald in der Region ein Begriff. Derzeit betreibt der Westerwälder Fotohändler zum Hauptgeschäft, das sich im EKZ Hüter in Wirges befindet, noch drei Filialen: in Montabaur, Westerburg und Nassau/Lahn. Das etwa 90 m<sup>2</sup> große Geschäft in Montabaur wurde 2003 als Photo-Porst-Filiale übernommen, umgebaut und 2004 in Foto Ewald umbenannt. Prinzipiell Vollsortimenter, hat der Ringfoto-Händler das Dienstleistungsangebot in seinen Geschäften massiv ausgebaut und das Gerätesortiment bewußt gestrafft. Seit

Mitte September 2009 ist die Filiale in Montabaur mit einem D703 ausgerüstet. Zudem sind dort ein Plotter (Arbeitsbreite 60 cm) sowie verschiedene Geräte zum Aufziehen großer Bilder sowie zur Herstellung von Fun-Fotoprodukten im Einsatz. Diese Filiale versorgt auch alle Schwesterbetriebe mit Großdrucken und Fun-Artikeln.

#### Kontakt:

Foto Ewald im EKZ Hüter, Heinz Ewald, Samoborstraße, 56422 Wirges, Telefon 0 26 02/9 50 98 30, info@foto-ewald.de, www.fotoewald.de



Vom Hand- und Westentaschen-tauglichen 10x15-cm-Bilderheftchen mit transparentem Kunststoffeinfband bis zum 20x30-cm-Fotobuch in Leder reicht das Promaxx-Sortiment.

So flott wie der Name „Clixx'Pixx“ über die Zunge geht, so flott kann der Fotohändler/der Fotograf auch Fotobücher mit dem System erstellen. Der technische und finanzielle Aufwand ist ebenso gering wie der Fertigungsaufwand zur eigentlichen Buchherstellung. Ein weiterer Vorteil: jeder Selbstverarbeiter, der fotochemische Bilder ausarbeitet, kann damit nach einer kurzen Übungsphase attraktive Fotobücher in echter Doppelseiten-Optik produzieren.

Professionell, praktisch, profitabel: Clixx'Pixx-Fotobücher

## Schnell und gut gemacht

Das heißt, mit jedem digitalen Mini-labgerät lassen sich „Clixx'Pixx“-taugliche Bildseiten ausgeben. Und zwar – wie inzwischen durchweg üblich – von digitalen Bilddaten, die mit einer Digitalkamera erzeugt worden sind. Aber auch von Filmmaterial oder von Aufsichtsvorlagen, die der Fotohändler dann zuvor mittels Scanner digitalisieren und gegebenenfalls retuschieren muß, wobei er diese Zusatzleistungen extra berechnen kann. Dank des Scanservices lassen sich auch von analogen Vorlagen Fotobücher erstellen. Schließlich schlummern noch unendlich viele Bilder in „Schuhkartons“, die sich für die Ausgabe in Fotobüchern durchaus eignen.

Zur Seitengestaltung gibt es vom Anbieter des Systems, der Firma Promaxx in Dietersheim bei München, optional die Software „DesignSuite“. Die einmalige Lizenzgebühr pro Geschäft beträgt 99,95 Euro. Die Lizenz berechtigt zur Nutzung auf eigenen Geräten und zur unbegrenzten Weitergabe der Software an Kunden. Gegen Aufpreis liefert Promaxx die Software mit händlereigenem Logo. Auch das Ausblenden nicht gewünschter Produkte und Formate ist möglich. Ebenfalls optional läßt sich eine Internet-Bestellfunktion in die Software einbinden. Primär zur Weitergabe an Kunden geeignet, die damit daheim ihre Fotobücher gestalten und dann zur Ausgabe an ihren Händler übergeben,

kann der Fotohändler die mausgestützte Software auch auf einem Rechner im Geschäft installieren. Dort kann der Kunde allein oder mit Assistenz des Händlers dann die Buchgestaltung vornehmen. Der Einsatz der „DesignSuite“-Software an einem „Touch screen“-Terminal ist nicht ohne weiteres möglich. Prinzipiell läßt sich zur Gestaltung der Seiten auch jede andere Fotobuch-Gestaltungs- und Bestellsoftware oder eine eigene Buchseiten-Kreation verwenden. Die eigentliche Fotobuchherstellung – ein weitgehend manueller Vorgang – ist nicht an eine bestimmte Software zur Seitengestaltung gebunden. Als einzige Vorgaben zur Seitenherstellung gelten beim Promaxx-System die üblichen Standard-Fotoformate: 10x15 cm, 13x18 cm, 15x20 cm, 20x20 cm, 20x25 cm und 20x30 cm. Passende Einbände für weitere Formate, wie 15x15 cm und 15x23 cm, werden demnächst dazukommen.

### Anlegen, kleben, verbinden

Auf diese Formate hat der Hersteller auch die etwas größeren Einbände abgestimmt. Letztere gibt es vorkonfektioniert in verschiedenen Ausführungen, Materialien und Farben. Für das „Fotoheftchen“ mit 10x15-cm-Seiten beispielsweise als transparenten, hochglänzenden PVC-Einband, als nachtschwarzen Polypropylen-Umschlag oder als zweifarbiges Leder-Cover. Für die weiteren Seitenformate bietet Pro-



Wie am Ledercover gut zu sehen, sind die Binderinge aller Einbände mit dem Einbandrücken fest verschraubt.

maxx jeweils fünf beziehungsweise sechs verschiedene Einbände als Standardware an, darunter auch solche mit quadratischer Fensterstanzung in der Titelseite. Mengenabhängig sind auf Wunsch auch Sonderanfertigungen von Einbänden möglich. Innen am Rücken mit den „systemrelevanten“ Binderingen zur Aufnahme der Buchseiten versehen, können ausschließlich Einbände von Promaxx verwendet werden. Die von dem Anbieter selbst entwickelte Binderungstechnik ist es denn auch, die das schnelle Herstellen und das professionelle Aussehen der so erstellten Fotobücher möglich macht.

Das Konfektionieren eines Fotobuches ist denkbar einfach. Es erfordert weder buchbinderische Kenntnisse noch spezielle handwerkliche Fähigkeiten. Die fertig gestalteten Fotobuchseiten werden mit dem Minilabgerät auf Fotopapier ausgegeben. Danach sortiert der Operator die Bildseiten in der gewünschten Reihenfolge. Um den doppelseitigen Buchcharakter zu erzielen, legt er die erste Fotobuchseite mit der hellen Papierrückseite nach oben an der linken und der unteren Anschlagsschiene des „DoublePageMakers“ an. Konstruktiv einem Handschneidegerät vergleichbar, befindet sich auf dem Schlitten anstelle des Schneidekopfes ein austauschbarer Kleberoller. Führt man den Schlitten nun von der einen zur anderen Seite über den linken Fotoseitenrand, hinterläßt der Kleberoller einen 8 mm breiten Klebefilm auf dem Fotopapier. Auf die so vorbereitete erste Seite legt der Bediener nun – gegenläufig, also mit dem Papierrücken nach unten – die zweite Seite. Dabei erleichtern die im Winkel angeordneten Anschlagsschienen des „Double-PageMakers“



Abb.: Promaxx

dem Operator das exakt deckungsgleiche Positionieren der Seiten aufeinander. Endgültig fixiert werden die Seiten durch mäßig festes manuelles Andrücken im Kleberegion. Fertig ist die erste beidseitig bebilderte Fotobuchseite. Auf die gleiche Weise folgen alle weiteren (Doppel-) Seiten des Fotobuches.

### Lochen, einhängen, fertig

Anschließend richtet der Operator den kompletten Buchblock mit Hilfe formatabhängiger Anschlagstücke am „Drill Punch PRO2“ aus. Das Gerät gleicht einem großen Bürolocher und erfüllt die gleiche Funktion. Mit hohlen Schneidwerkzeugen bestückt, versieht es die Buchseiten mit sauberen kreisrunden Bindelöchern. Zudem ist die Standzeit dieser Lochwerkzeuge – gegenüber Stanzstiften – deutlich länger. Bei einem Stapel mit 10x15 cm großen Seiten reicht ein Lochvorgang. Bei den größeren Formaten, wird der noch lose Buchblock durch zweimaliges Lochen mit insgesamt vier Binderinglochen versehen.

Nach dem Lochen hängt der Bediener, in kleinen Partien von jeweils zwei bis drei Seiten, den Buchblock in die starren Binderinge des Fotobuchseinbands ein. Dazu klappt er den Einband so weit auf, daß Front- und Rückseite sich berühren. Die Binderinge und ihre nach oben weisende Aufnahmeöffnung sind leicht zugänglich,

**Das Promaxx-Team (v.l.) mit Geschäftsführer Paul Fernandez-Kirchberger, Geschäftsführer Maximilian R. Seidl, Teamleiterin Verkaufsinendienst Anita Paulini und Daniel Seidl, Marketing und IT-Management.**



**Mit dem Bildrücken nach oben wird die erste Bildseite am linken und am unteren Anschlag des „DoublePageMakers“ angelegt. Danach führt der Bediener den Schlitten mit dem Kleberoller von unten nach oben an der linken Bildkante entlang und bringt so einen 8 mm breiten Klebestreifen auf.**



**Nun wird die Gegenseite mit der Bildseite nach oben an den Anschlägen angelegt und exakt auf dem Rücken der ersten Seite positioniert. Danach braucht nur noch die Klebekante fest angedrückt zu werden, und fertig ist eine beidseitige Fotobuchseite.**



**Die von Promaxx erhältliche Buchgestaltungssoftware „DesignSuite“ kann der Fotofachhändler an seine Bilderkunden weitergeben. So können sie daheim mit Muße leicht ihre Fotobuchseiten kreieren. Letztere printet und bindet der Fotohändler seinen Kunden dann gern.**

So schön können  
Erinnerungen im Bild  
„konserviert“ und  
professionell präsent-  
tiert werden.



Der komplette Seitenstapel läßt sich mit dem „Drill Punch“ auf einmal lochen. Je nach Seitenformat dienen Anschlagstücke zur jeweils korrekten Positionierung des Buchblocks.



Unabhängig von Coverart und -format sind die Binderinge bei allen Einbänden identisch.



so daß sich die gelochten Seiten ganz leicht in die Binderinge einhängen lassen. Mit dem Schließen des Einbands ist das Fotobuch fertig.

Als nützliche Option bietet Promaxx für Bücher ab 101,6 mm (4 Zoll) Buchhöhe „TrailerLocks“ an. Das ist ein vorgelochter 50 mm breiter transparenter Kunststoffstreifen, der hinter der letzten Seite im Einband eingesetzt wird. Er erfüllt zwei Funktionen. Mit individuellem Werbestreifen bestückt, den man drucken lassen oder mit dem Minilabgerät selbst ausgeben kann, wirbt das Fotobuch jedesmal, wenn es angeschaut wird, für den Händler. Zudem erleichtert der Trailer das Umschlagen des kompletten Buchblocks beim Schließen des Buches. Deshalb wird der Trailer, und damit die Eigenwerbung des Händlers, vom Kunden auch nicht entfernt.

### Preiswerte, professionelle Lösung

Für den kompletten Bestückungsvorgang eines 32 Seiten umfassenden Fotobuchs benötigt der geübte Bediener etwa zehn Minuten. Also durchaus eine Zeitspanne, bei der man dem Kunden anbieten kann, auf die Fertigstellung zu warten. Bei Einsatz von Kodak-Royal-Papier nehmen die Fotobücher maximal 16 miteinander verklebte „Doppel“-Seiten, bei Verwendung dünneren Fotopapiers maximal 18 „Doppel“-Seiten auf. Da das System zollbasierte Fotopapierbreiten nutzt, rät der Anbieter davon ab, andere Papierformate zu verwenden, um dann die Seiten zuzuschneiden. Das wäre nicht nur mit Mehrarbeit verbunden, man läuft auch Gefahr, daß einzelne Seiten selbst bei geringen Zuschnittsdifferenzen den ansonsten professionellen Eindruck des Buchs trüben.

Der Fotohändler/Fotograf kann unterschiedlichste Promaxx-Fotobücher in etlichen Foto-Standardformaten herstellen. Zu den bereits bestehenden werden nach und nach weitere Buchformate kommen.

Primär auf den Einsatz von Fotopapier ausgelegt, können mit dem System auch gedruckte Fotobuchseiten gebunden werden. Damit die Seiten an den Binderungen nicht ausreißen, sollten nur Inkjet- oder Laserpapiere ab mindestens 150 g/m<sup>2</sup> eingesetzt werden. Zudem gibt es drucktypische Papiere, deren Oberflächen-Beschaffenheit das Umschlagen der Seiten beeinträchtigt. Um sicher zu sein, daß sich das vorgesehene „Druck“-Papier fürs Clixs'-Pixx-Fotobuch eignet, bietet Promaxx den Händlern nach Absprache einen Bindetest entsprechend bedruckter Seiten an.

Die austauschbaren Klebstoff-Kassetten enthalten jeweils 14 m Marken-Klebband des Düsseldorfer Klebstoff- und Waschlittelherstellers Henkel. Nach Angaben von Promaxx-Geschäftsführer Paul Fernandez-Kirchberger kostet ein Meter Klebband 14,6 Euro-Cent. Auf ein 32seitiges Fotobuch mit 20 cm (8 Zoll) breiten Seiten entfallen demnach gut 0,47 Euro an Kosten fürs Klebband. Diese Daten, wie auch exakte bebilderte beziehungsweise mit Kurzfilmen illustrierte Hinweise zur Buchherstellung wie zur Bedienung der einzelnen Geräte, finden sich im Internet unter der übersichtlich gegliederten Homepage [www.promaxx.de](http://www.promaxx.de).

Ein Startpaket mit den beiden Geräten, 21 Kleberrollern, Ersatzteilen sowie neun Einbänden in verschiedenen Materialien und Formaten gibt es schon für 450 Euro. Wer auch „DesignSuite, die Software zur Buchseitengestaltung, nutzen und an seine Kunden weitergeben möchte, kann sie ab 99,95 Euro – siehe vorne – bei Promaxx bekommen. Alles in allem eine preiswerte, professionelle Fotobuchlösung.

### Kontakt

Promaxx Innovative PC  
Print Media GmbH  
Hauptstraße 1e  
85386 Dietersheim  
Tel.: 0049 (0)89/ 30 75 86 98  
Fax. 0049 (0)89/ 95 95 97 12  
E-Mail: [info@promaxx.de](mailto:info@promaxx.de)  
Internet: [www.promaxx.de](http://www.promaxx.de)



**Absolute Sicherheit gibt es nicht, doch das Antivirenprogramm bietet Gerätebetreibern schon recht guten Schutz.**

## Ohne geht es nicht: Virenschutz auf allen Geräten Sicherer Datenaustausch

Und das kann böse Folgen haben, wie der Fotohändler – nennen wir ihn fiktiv Herbert Guthzeit – unlängst schmerzlich erfahren mußte. Da beschwerte sich ein höchst verärgertes Bilderkunde lautstark im Geschäft darüber, daß er sich bei seinem letzten Besuch an einem der Annahmeterminals doch wahrhaftig ein Virus eingefangen habe. Das sei dann über seinen USB-Stick auf seinem Privatrechner gelandet und habe ihm mächtig Schwierigkeiten bereitet. Die Drohung, nie wieder Bilder bei Guthzeit machen zu lassen, war nichts gegen die saftige Schadensersatzforderung. Vom Rufschaden, den Guthzeit durch die Verbalattacke des erzürnten Kunden erlitten hat, ganz zu schweigen.

### Der Datenträger als Überbringer

Was war geschehen? Als Fotohändler, der mit der Zeit geht, betreibt Guthzeit seit Jahren drei Annahmeterminals und ein volldigitales Minilabgerät. Diese Geräte sind über ein internes Netzwerk miteinander verbunden. Übers Internet besteht

auch Kontakt zur Außenwelt. Damit ist das System zwangsläufig auch Virenangriffen ausgesetzt. Und zwar keineswegs nur über die Internetverbindung. Einfaltor für Würmer und Viren sind vielmehr auch alle Geräte des internen Netzwerks, die Daten von Datenträgern übernehmen (importieren) und/oder ausgeben (exportieren) können. Nicht mit einem aktuellen Antivirenprogramm ausgestattet, können Kundenterminals schnell regelrecht zu Virenschleudern werden. So geschehen bei Herbert Guthzeit. In die Laufwerke der ungeschützten Bildnahmestationen gaben viele Kunden ihre Datenträger, von der Speicherkarte bis zum USB-Stick. Da längst nicht

jeder Konsument seinen Rechner mit Antiviren-Software versieht, wurden die PC-Schädlinge mittels Datenträger auf die Guthzeitischen Stationen übertragen. Dort nisteten sie sich auf den Festplatten der Terminals ein und verbreiteten sich in Windeseile auf allen Geräten des internen Netzwerks. Von dort



Fachmann

**Noritsu-Techniker Andreas Lensches weiß, wie Noritsu-Kunden ihre Geräte mit „ESET NOD32“ vor PC-Viren schützen können.**

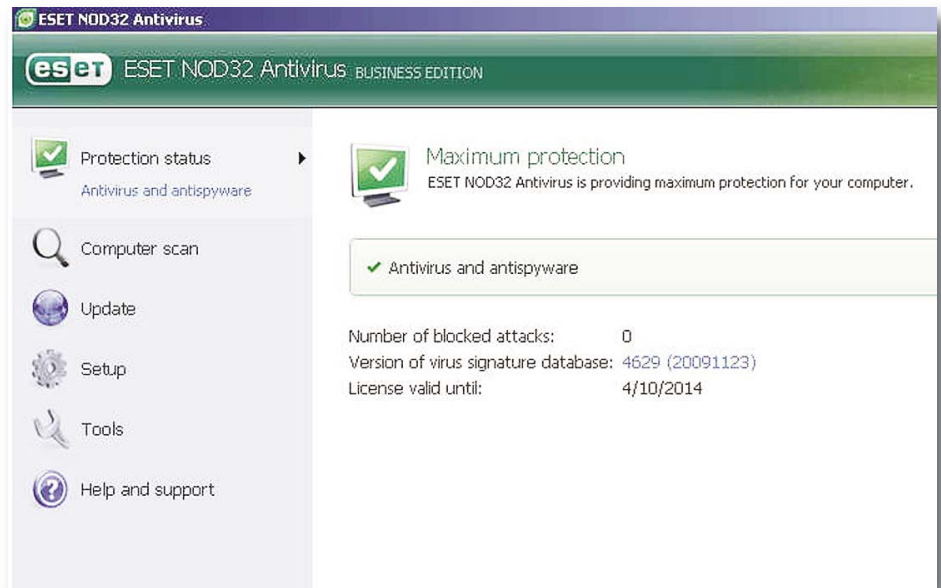
Abb.: fe



**Ob übers Internet oder über mobile Datenträger: Kundenterminals, Minilabgeräte und PCs sind ständig Virenangriffen ausgesetzt. Mit geeigneter Vorsorge läßt sich ein Befall stoppen und zukünftig verhindern.**

Abb.: MEV

**Diese Bildschirmansicht der empfohlenen Antiviren-Software weist als Sicherheitsstatus „maximalen Schutz“ (o.) aus.**



Screenshot: A. Lenschies



Abb.: MEV

gelangten die PC-Schädlinge – und das ist besonders verhängnisvoll – auch auf die uninfizierten Datenträger anderer Kunden. Sofern diese Kunden den Virenbefall nicht bemerkten, weil auch sie ihren PC nicht entsprechend geschützt hatten, nahm die Weiterverbreitung ihren unheilvollen Lauf. Guthzeits Kunde jedenfalls fiel die „Infektion“ auf, und er stellte den verdutzten Fotohändler öffentlich zur Rede. Soweit die Vorgeschichte, die sich so oder so ähnlich in manchem Fotogeschäft abgespielt hat oder noch abspielen kann.

**Lückenlos vom Terminal bis zum Minilabgerät**

Guthzeit jedenfalls handelte umgehend und versah alle Geräte seines Netzwerks mit einer aktuellen Antiviren-Software, also jedes der drei Terminals und den „EZ-Controller“-Arbeitsplatz seines Minilabgeräts. Die Antiviren-Software ist so eingestellt, daß sie regelmäßig, meist mehrmals am Tage, automatisch Aktualisierungen herunterlädt und installiert. So sind die Geräte des Händlers gut vor Viren und Würmern geschützt. Gleich welche Antiviren-Software man nutzt, einen hundertprozentigen Schutz gibt es auch dabei nicht, ein Restrisiko bleibt bestehen. Allerdings kann der Fotohändler durch lückenlosen Einsatz einer aktuellen Antiviren-Software im Streitfall mit

**Gut gerüstet sollten der Fotohändler und der Minilabbetreiber PC-Viren und -Würmer abwehren.**

Kunden nachweisen, daß er nach dem jeweils aktuellen Stand der Technik (Software) alles mögliche unternommen hat, um seine Kunden vor Schäden zu bewahren, die durch PC-Schädlinge entstehen können. Zugleich schützt er auf diese Weise auch die Geräte des eigenen Betriebs. Denn plötzliche Ausfälle durch Herunterfahren der Systeme oder von Systemkomponenten sind nicht nur ärgerlich, sie verursachen durch Produktionsausfall auch wirtschaftliche Schäden.

Noritsu versieht ihre Neugeräte zukünftig ab Werk mit „ESET NOD32 Antivirus“, einem Programm, das der japanische Hersteller für seine Geräte (ab der Modellreihe QSS-28) getestet und freigegeben hat. Als äußerliches Erkennungsmerkmal tragen die Neugeräte einen „ESET“-Lizenzaufkleber (s. Abbildung S. 16). Er signalisiert den Kunden (wie dem betreibenden Händler), daß diese Geräte mit der genannten Antivirensoftware versehen sind. Bei jüngeren Geräten, deren Gehäuse bereits mit einem Eset-Aufkleber versehen sind, sollte der Betreiber prüfen, ob die Aktualisierung der Antivirensoftware aktiviert ist. Das läßt sich am einfachsten zusammen mit einem Techniker der Noritsu-Hotline anhand des Lizenzschlüssels prüfen. Allen Noritsu-Kunden, die Noritsu-Arbeitsplätze mit EZ-Controller-Arbeitsplatz – also die Serien QSS-35-Plus, QSS-37, die Trockenlabs D701, D703, D502 – sowie Noritsu-CT-Annahmestationen betreiben, bietet Noritsu kostenlos eine CD (**Bestell-Nr. R504909-01**) mit „ESET NOD32 Antivirus“ zur Selbstinstallation auf ihren Noritsu-Geräten an. Mit der ausschließlich englischsprachigen Version erwirbt der Betreiber das Programm und eine Lizenz, die ihn – mit der

Registrierung – zur regelmäßigen Aktualisierung der Schutzsoftware berechtigt. Die Aktualisierung kann manuell oder automatisch vorgenommen werden. Wirklich sinnvoll ist nur die tägliche automatische Aktualisierung. Allerdings muß dazu jedes Noritsu-Gerät, vom Terminal bis zum Ausarbeitungsgerät, mit der Eset-Software versehen und mit dem Internet verbunden sein, was durch Einbindung eines internen Netzwerks mit Internetzugang ohnehin bei den meisten Betreibern der Fall ist.

Mit der Eset-CD erhält der Noritsu-Kunde das Programm und eine Textdatei zum Ausdruck eines bebilderten, 50 Seiten umfassenden Benutzerhandbuchs. Es ist deshalb so umfangreich, weil es die Installations- und Einstellungsbeschreibung für alle oben genannten Geräte beinhaltet. Bei den Voreinstellungen des Eset-Programms, die mit der Installation übernommen werden, hat Noritsu auf eine praxiserfahrene Konfiguration geachtet. Gleichwohl kann der Betreiber alle Einstellungen, die das Programm zuläßt, individuell ändern.

#### Preiswerte Einzelplatz- oder Mehrfachlizenzen von Eset

Noritsu-Kunden älterer Noritsu-Geräte – von der Modellreihe QSS-28 bis QSS-35 sowie von der Frontend-Software für den Noritsu-Thermosublimationsdrucker IP-64, die auf einem PC installiert ist – empfehlen die Willicher, „ESET NOD32 Antivirus“ in der aktuellen Version direkt beim Anbieter der Antivirensoftware ([www.eset.de](http://www.eset.de)) zu erwerben. Es gibt sie deutschsprachig und sowohl als Einzellizenz als auch als preiswerte Mehrfachlizenz. „ESET NOD32 Antivirus“ in der 32-Bit-Version kostet als „Home Edition“ für ein Jahr (Einzelplatzlizenz) beispielsweise 29,00 Euro, für vier Geräte insgesamt 49,90 Euro.

Da die unter diesem Punkt genannten Noritsu-QSS-Geräte als Betriebssystem „Windows 2000“ nutzen, sollte der Betreiber vor der Installation der Eset-Soft-

ware darauf achten, daß sein Betriebssystem mit „Service Pack 4“ versehen ist. Sofern das nicht der Fall ist, kann der Betreiber sich das Service-Pack von der Microsoft-Update-Seite herunterladen oder auf CD von Noritsu (**Bestellnr. R504914-01**; „Service Pack 4“ für Windows 2000) bekommen. Zudem sollte jeder Betreiber, der die Antiviren-Software direkt von Eset bezieht, von der Noritsu-Hotline eine Back-up-Datei anfordern, die alle empfohlenen Voreinstellungen für praxiserfahrene Betrieb bereits enthält. Diese Datei ist dann mit der Eset-Antivirensoftware auf jedem Noritsu-Gerät zu laden. Andernfalls arbeitet „ESET NOD32“ in der Standardkonfiguration des Herstellers, was die Schutzfunktion nicht schmälert, womöglich aber die Alltags-tauglichkeit im Fotogeschäft beeinträchtigt. Natürlich kann der Operator die Eset-Software auch Punkt für Punkt individuell konfigurieren. Unabhängig davon, ob der Fotohändler die Antiviren-Software direkt von Eset oder per CD von Noritsu bezieht, Noritsu-Techniker Andreas Lensches weist ausdrücklich darauf hin, daß vor der Installation des Eset-Programms jede andere Antiviren-Software, die sich auf den Noritsu-Geräten befindet, deinstalliert werden muß. Andernfalls kann es zu massiven Problemen, bis hin zum Systemabsturz mit anschließender Neuinstallation aller Programme kommen.

#### Nur lückenloser Schutz schützt

Nach der Installation des Schutzprogramms sollte der Bediener jedes Gerät komplett auf Viren scannen. Diese nützliche Prozedur kann dann über die Voreinstellungen zukünftig in regelmäßigen Zeitabständen automatisch wiederholt werden. Das nimmt etwas Zeit in Anspruch. Danach kann man sich das Ergebnis anzeigen lassen. Alle Schädlinge, die die Software erkannt hat, werden – so die Norit-



Abb.: NEV

*Das grüne Symbol in der Taskleiste unten rechts auf dem Monitor zeigt an, daß die Antiviren-Software „ESET NOD32“ auf dem Gerät aktiv ist.*

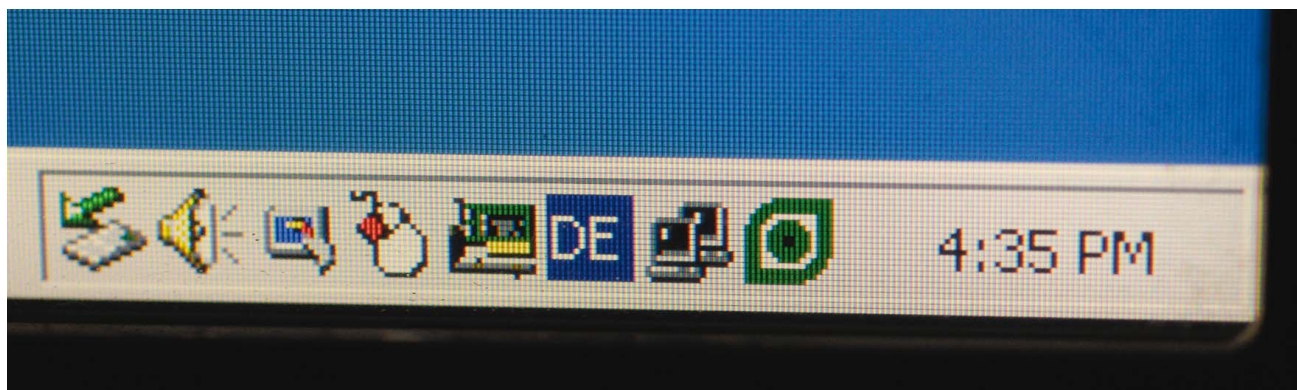


Abb.: fe

**Gut sichtbar sollten Eset-Aufkleber außen an den Geräten angebracht werden. Sie signalisieren den Kunden, daß der Händler über aktuellen Virenschutz verfügt. Neue Noritsu-Geräte sind bereits entsprechend „etikettiert“.**



Abb.: fe

su-Voreinstellung – angezeigt und isoliert. Somit können sie keinen Schaden mehr anrichten und auch nicht weitergegeben werden. Wer will, kann die isolierten Schädlinge auch löschen. Natürlich scannt die Software auch jeden Datenträger, der vom Bediener oder den Kunden in ein so geschütztes Terminalaufwerk beziehungsweise das Laufwerk eines Noritsu-Ausarbeitungsgeräts gegeben wird. Infizierte (Bild-)Dateien werden zwar erkannt, aber erst gar nicht importiert. Sie können somit aber auch nicht angezeigt und auch nicht ausgegeben werden. Eine textliche Mitteilung auf Virenbefall läßt „ESET NOD32“ zwar durchaus zu, doch hat Noritsu diese Funktion in den Voreinstellungen bewußt deaktiviert, um am Kundenterminal zunächst erst einmal keine unliebsamen Diskussionen zwischen dem betroffenen Kunden, den Umstehenden und dem Händler entstehen zu lassen. Allerdings sollte der Operator bedenken, daß nicht angezeigte Bilder, die der Kunde „reklamiert“, mit Viren infiziert sein können. Je nach Auffassung mag es Händler geben, die einen Virenbefall auf Kunden-Datenträgern lieber angezeigt bekommen möchten. Beispielsweise, um die Kunden aktiv anzusprechen und servicefreundlich auf den Befall hinzuweisen. Kein Problem, abweichend von den Voreinstellungen kann der

Händler die Hinweisfunktion gleich bei der Installation oder jederzeit danach ohne weiteres aktivieren. Ebenso hat Noritsu die Voreinstellungen des Eset-Programms so gewählt, daß infizierte Dateien, die sich auf den Datenträgern von Kunden befinden, **nicht** gelöscht werden. Das ist – bei entsprechend veränderter Einstellung – zwar möglich, aber rechtlich eventuell riskant, da es sich auch bei einer mit Viren infizierten Bilddatei letztlich um Kundeneigentum handelt. Zum Schluß der Installation sollte der Händler oder der Bediener die Geräte noch gut sichtbar mit dem Eset-Lizenzaufkleber versehen, damit die Kunden wissen, daß diese Terminals (und die weiteren Geräte) einen professionellen Virenschutz haben. Da der Virenbefall ungeschützter Systeme keineswegs die Ausnahme darstellt, sondern immer mehr zur Regel wird, kann der Fotohändler, der seine Systeme mit Antiviren-Software geschützt hat, dieses Leistungsmerkmal durchaus auch werblich angemessen herausstellen.

Übrigens, seit jenem denkwürdigen Tag, an dem der Kunde Herbert Guthzeit wegen der Infektion mit PC-Viren gescholten hat, ist der Fotohändler im Kollegenkreis ein glühender Verfechter aktueller Antiviren-Software und von lückenlosem Rundumschutz aller hauseigenen Systeme. In seinem ganzen Betrieb gibt es kein PC-gestütztes Gerät, das nicht entsprechend geschützt ist. Recht hat er!

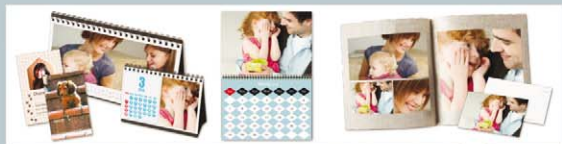


Abb.: MEV





# einzigartiger duplexprinter. einzigartiger photoservice.



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

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

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

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



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

# NORITSU