September 2016 | Ausgabe 1/2

imaging markt

Das Kundenmagazin der Mümken Sales GmbH für Digital Imaging

Leidenschaft für Innovationen

Die Neuheiten von Noritsu zur photokina

6 Mit 12 Filialen vor Ort und zugleich im Onlinehandel sehr aktiv und erfolgreich, so präsentiert sich ein ganz großer Händler der Fotobranche.
Abb.: Foto Erhardt

26 Auch 2016 folgt die Fotowelt dem Ruf der photokina – und kommt zu „der" Messe. Was die Mümken Sales und Noritsu dort zu bieten haben, verrät dieser Vor-Bericht. *Abb.: Noritsu Precision*

33 Gleich mehrere interessante Neuheiten – Hard- wie Software – stellt Noritsu aktiven wie potentiellen Kunden in Köln erstmals vor. Hier erfahren Sie Details. *Abb.: Noritsu Precision*

3 Position

Smart Generation
Dipl.-Ing. Thomas Mümken

6 Händlergespräch

Der Fotofreund
Foto Erhardt GmbH, Westerkappeln

26 photokina-Auftritt

Neues und Bewährtes
Mümken Sales und Noritsu auf der photokina 2016

33 Neuheiten

Leidenschaft für Innovationen
Die Neuheiten von Noritsu zur photokina

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

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

Impressum

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

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

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

Heinz-Joachim Fehl
Telefon 0 28 58 - 5 82 43 0
joachim.fehl@ditms.de

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

> Anzeigen (verantwortlich)
Dipl-Ing. Thomas Mümken

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

> Erscheinungsweise
zweimal im Jahr

> Titelbild
Noritsu Precision

> Dipl.-Ing. Thomas Mümken mit einem Panoramabild, das mit einem Noritsu-Duplexgerät D1005 HR ausgegeben worden ist. *Abb.: fe*

Smart Generation

Verehrte Leserinnen und Leser!

Immer wieder mal stellt sich die Branche die – eher bange – Frage, ob Papierbilder noch verlangt werden, ob das Bildergeschäft eine Zukunft hat. Fujifilm hat im letzten Jahr vier Millionen Instax-Sofortbildkameras verkauft und steht damit vergleichsweise besser da als der ehemalige Marktführer Polaroid in seinen besten Tagen. Wer hätte gedacht, dass die Sofortbildfotografie alter Prägung im Digitalzeitalter einen derartigen Zuspruch vor allem bei den jungen Konsumenten erfahren würde.

Und das, obwohl täglich 1,8 Milliarden Aufnahmen auf die verschiedensten Internet-Plattformen „hochgeladen" werden, während sich alle möglichen Bilddienstleister mühen, den digital fotografierenden Konsumenten zum Bildermachen zu bewegen. Dabei hat der Bilderanbieter Verbündete, die für steten Bilder-Nachschub sorgen: die Hersteller von Smartphones und die immer noch wachsende Nutzerzahl der Geräte. Längst werden die mobilen Multifunktionstelefone gleichermaßen eifrig von Jungen wie Alten genutzt. Sowohl zum spontanen wie zum gezielten Fotografieren.

Schließlich statten die Hersteller ihre Smartphones nicht grundlos mit immer raffinierteren Fotofunktionen aus, mit denen sie primär für ihre Geräte werben, wie die Spots für iPhone und Galaxy beispielhaft zeigen. Vorbei die Zeiten, da Handyaufnahmen allenfalls als „Notlösung" verächtlich abgetan wurden. Die aktuellen Smartphones, ob von Apple oder der Android-Fraktion, liefern – auch als Inkjet-Print – durchweg fotografisch gute bis sehr gute Bild-Ergebnisse, die den Fotoamateur vollends zufriedenstellen. So ist nicht verwunderlich, dass die Zahl der Konsumenten weiter wächst, die nur noch mit einem Smartphone fotografiert. Anders als bei einer Kamera, die immer noch als längerfristige Anschaffung gilt, wird das Smartphone alle zwei Jahre „automatisch" gegen das neueste Modell ausgetauscht,

> Noritsu und die Mümken Sales präsentiert Neuheiten und aktuelle Geräte auf der diesjährigen photokina in Halle 3.1, Gang A-20/B-21-B-20/C-25. *Abb.: Wiesner Messearchitektur*

> Der Noritsu QSS Smart DR-08 ist einer von zwei neuen Desktop-Printern, die in Köln erstmals dem Publikum vorgestellt werden. *Abb.: D. Neus*

was bislang auch mit Verbesserungen bei der Bildqualität einhergeht.

„Ohne" verlässt kaum noch jemand das Haus. In kurzer Zeit hat sich das Smartphone (auch) zu einem Aufnahmegerät entwickelt, das jeder immer bei sich trägt und ganz selbstverständlich auch so nutzt. Bei ifolor, Kreuzlingen, einem schweizerischen Fotogroßlabor, spricht das Ranking der Aufnahmegeräte, von denen die zur Ausarbeitung eingegangenen Bilddaten stammen, für sich. Nach Canon folgt als Zweiter bereits Apple – vor Nikon, dem Dritten. Ähnliches ist von CeWe zu hören. Inzwischen kommt nämlich ein Drittel der Bilder, die an den Kiosken der Oldenburger im Handel bestellt werden, von Smartphones jeglicher Couleur.

Diese Tatsache gibt zu denken. Denn wer heute als Fotohändler noch Ausarbeitungsequipment und Kiosksysteme in seinem Geschäft betreibt, die die Datenmengen eines modernen Smartphones nicht adäquat übernehmen können, verzichtet mal eben auf ein Drittel Printvolumen. Wohlgemerkt von Bildern in Standardformaten. Dabei ist das lukrative Fotomehrwertgeschäft noch gar nicht berücksichtigt. Apples iPhone beispielsweise überträgt beim Anschließen ans Terminal generell alle auf dem Smartphone gespeicherten Aufnahmen. Das können, wie Fotohändler übereinstimmend berichten, gern mal die Bilddaten von 2.000, 4.000 oder mehr Aufnahmen sein.

Solche Datenmengen können die zu kleinen Arbeitsspeicher älterer Terminals schnell überfordern – und der frustrierte Kunde verlässt das Geschäft und verbreitet seinen Unmut schnell und nachhaltig über die sozialen Netzwerke. Welcher Fotohändler betreibt noch einen PC von 2006, wer verwendet noch ein Mobiltelefon, das zehn Jahre oder älter ist? Die digitale Welt ist extrem kurzlebig und schnell. Wegen der zweijährigen Wechselintervalle bei Smartphones nutzt der Verbraucher daher durchweg die neueste Technik. Das kann man bedauern, aber ignorieren kann man es als Bilddienstleister so lange nicht, wie man das ange-

lieferte Datenmaterial zur eigenen Existenzsicherung benötigt.

Dass die Konsumenten keine Bilder mehr von ihren Bilddaten haben wollen, stimmt nicht, wie auch die Interviewpartner von Foto Erhardt (ab Seite 6 in diesem Heft) berichten. Natürlich machen sich viele von ihnen keine Gedanken darüber, dass mit dem Verlust oder dem Totalschaden des Smartphones auch alle darin gespeicherten Bilder verloren sind. Wer nutzt schon die Sicherungsoptionen der Gerätehersteller? Die wenigsten! Daher gilt nach wie vor uneingeschränkt, dass sich von jedem „ordentlichen" Papierbild jederzeit auch qualitativ gute Reproduktionen herstellen lassen. Heute und in Zukunft!

> „Die digitale Welt ist extrem kurzlebig und schnell. Das kann man bedauern, aber ignorieren kann man es als Bilddienstleister so lange nicht, wie man das angelieferte Datenmaterial zur eigenen Existenzsicherung benötigt."

Was liegt also näher, als auch den Smartphone-nutzenden Konsumenten darauf hinzuweisen, die ihm wichtigsten und unwiederbringlichsten Aufnahmen als Print „für immer" zu sichern?! Man muss es dem Kunden halt erklären, ihn überzeugen, was dem Fotofachhändler nicht schwerfallen dürfte, wenn der Kunde bereits im Laden ist oder sogar schon am Annahmeterminal steht. Verfangen kann auch nicht das hin und wieder gern zur Ablehnung genutzte Argument, das Papierbild falle gegen die viel brillantere Display- oder Monitordarstellung elektronischer Wiedergabegeräte deutlich ab und würde deshalb vom Konsumenten nicht mehr akzeptiert.

Was beim fotochemischen Bild noch zutreffen mag, ist beim Inkjetbild mit seinem größeren Farbraum, seiner Brillanz, Farbintensität, dem reinen Papierweiß wie dem tiefen „Dmax"-Schwarz schlicht als Argument „daneben". In der Tat, der Konsument, ob jung oder alt, der seine Bilder auf dem Smartphone, dem Tablet, einem großen Flachbildfernseher betrachtet, hat einen anderen Seheindruck entwickelt als zu Zeiten der seligen Kathodenstrahlröhre (CRT), die in jedem „Röhren"-Fernseher verbaut war. Ähnlich wirkten auch die fotochemisch erzeugten Bilder, was niemanden störte, weil der Unterschied logischerweise nicht auffiel – bis das Inkjetbild aufkam.

Erkenntnisse, auf die Ron Kubara, Director Worldwide Strategic Sales & Planning der Noritsu Precision, unter anderem in seinem Vortrag beim Kölner „Business Forum Imaging" im Frühjahr dieses Jahres eindringlich hingewiesen hat. Durch den technischen Wandel sehen Menschen Bilder heute anders als noch vor etlichen Jahren. So wie das Schwarzweißbild vom Farbbild abgelöst worden ist, so hat der Inkjet-Print das fotochemische Farbbild abgelöst. Nicht, weil das Schwarzweißbild oder das Farbfoto qualitativ schlecht waren, sondern weil sich die Sehgewohnheiten der Menschen mit der neuen Bilddarstellungstechnik verändert haben.

Damit einher geht der Wunsch der Smartphone-Nutzer, Bilder sprichwörtlich in Echtzeit haben zu wollen. So schnell wie die Aufnahmen gemacht sind, soll schnell möchten diese Kunden auch ihre Papierbilder in Händen halten. Diese keineswegs neue Erkenntnis machen sich längst alle jene Anbieter zunutze, die massenhaft Sofortprintkioske aufstellen. Was den Betreibern aktueller Tockenlabs nur recht sein kann, weil ihre Inkjetgeräte nicht nur genauso schnell wie die Thermosub-basierten Kioske sind, sondern darüber hinaus auch die qualitativ besseren Bilder liefern können. Getreu der alten Werbeerkenntnis liegt genau dort „das Geld auf der Straße, das man nur aufzuheben braucht".

Damit dem selbstverarbeitenden Fotohändler und Fotografen das lukrative Aufheben noch leichter fällt, hat Noritsu sein Geräte- und Zubehörprogramm erweitert. Auf der kommenden photokina, die vom 20. bis 25. September in Köln stattfindet, wird der langjährig-erfahrene Anbieter von Bildausarbeitungstechnik zwei neue Desktop-Inkjetprinter präsentieren. Die sehr kompakten Modelle können Rollenware bis 20 cm beziehungsweise 30 cm Breite aufnehmen und eignen sich geradezu ideal zur „Sofortbild"-Produktion von Standardprints, aber auch von größerformatigen Fotos bis hin zu Panoramabildern.

Zudem stellt das Unternehmen in Köln eine neue Software für die Auftragsannahme am Kundenterminal im Geschäft, für die Onlinebildbestellung von daheim und – mittels Apps – für die ortsunabhängig mobile Übermittlung an den Fotofachhändler vor. Die Eigenentwicklung fußt zwar auf der bekannten HPT-Version, ist aber erheblich umfangreicher, ermöglicht nun auch die Onlinebildbestellung von Mac-Rechnern und zeichnet sich durch eine ergonomische, besonders konsumentenfreundliche Benutzeroberfläche aus. Ebenfalls neu ist ein Layflat-Buchbindesystem für Fotobücher, das ebenfalls erstmals in Köln der Öffentlichkeit vorgestellt wird. Details zu den Neuheiten und dem gesamten Noritsu-Auftritt auf der photokina vermittelt der Beitrag ab Seite 26 in diesem Heft.

Viel Lesespaß und einen hochinteressanten Messebesuch wünscht Ihnen Ihr

Thomas Mümken

> Seit 1997 befinden sich die Zentrale und das Hochlager des Unternehmens in Westerkappeln, 15 km nordwestlich von Osnabrück. *Abb.: Foto Erhardt*

Der Fotofreund

Interview mit Anabel Erhardt, Mit-Geschäftsführerin der Foto Erhardt GmbH, und mit Oliver Mann, Filialleiter der Foto-Erhardt-Filiale in Dülmen

Wie umfangreich ist Ihr Sortiment in den Läden und im Onlineshop?

Anabel Erhardt: Die Kunden können bei Foto Erhardt alles rund zum Thema Fotografie bekommen. Das geht von der kleinen Goldbuch-Ersatzschraube, damit man das Steckalbum erweitern kann, bis zur Profi-Ausrüstung. Und zwar in den Filialen wie online. Natürlich sind nicht alle Artikel in jeder Filiale vorrätig, vielmehr führen sie ein Grundsortiment, das erfahrungsgemäß am jeweiligen Standort gut läuft. Dank unseres Warenwirtschaftssystems kann jeder Mitarbeiter mit einem Mausklick feststellen, wo sich welches Produkt im Erhardtschen Firmenverbund befindet. So kann er den gewünschten Artikel von unserem Lager oder von einer der anderen Filialen bekommen. Bereits seit 1948 sind wir auch ein Großhandel, was den Vorteil mit sich bringt, dass wir eine große sofortige Warenverfügbarkeit haben. Nach wie vor beliefern wir Industriekunden, Behörden, Schulen, Krankenhäuser und Verbände – hauptsächlich mit Equipment, wie Kameras, Zubehör, Blitzanlagen. Wir versorgen diese Kundschaft aber auch mit Bildern – und für Spezialanwendungen auch noch mit Analogkameras und Filmen. Innerhalb der Fotobranche sind

Das Unternehmen mit Sitz in Westerkappeln bei Osnabrück zählt zu den ganz Großen der Branche. Mit 12 stationären Filialen und als Onlinehändler ebenso rege wie bekannt, bietet und liefert Foto Erhardt seiner Kundschaft praktisch alles, was der Fotomarkt hergibt. Drei Familienmitglieder, Anabel Erhardt, ihre Schwester Birthe Erhardt und ihr Cousin Christian Erhardt lenken als Geschäftsführer gemeinsam die Gesellschaft. Anabel Erhardt erläutert die Ausrichtung des Gesamtunternehmens, Filialleiter Oliver Mann berichtet – exemplarisch – über seine Erfahrungen im Bildergeschäft aus dem Geschäft in Dülmen. Die meisten Bilder in diesem Beitrag zeigen die Filiale im ostfriesischen Aurich.

> Anabel, ihre Schwester Birthe und ihr Cousin Christian Erhardt leiten als Geschäftsführer gemeinsam die Geschicke von Foto Erhardt.
Abb.: Foto Erhardt

wir auch im B2B-Bereich sehr gut aufgestellt.

Dann unterscheiden sich die Filialen im Sortiment nicht voneinander?

Anabel Erhardt: Prinzipiell ist das so, wenngleich jede einen eigenen Schwerpunkt hat. Die eine ist etwas Hardware-lastiger, die andere Bild-lastiger, die nächste macht mehr Studio. Aber insgesamt fußt unser Unternehmen auf drei Säulen: der Hardware mit Zubehör, dem Bildergeschäft und dem Studio.

Wann suchen Ihre Kunden Ihre Filialen auf, wann kaufen sie online bei Ihnen?

Anabel Erhardt: Das kann ich so pauschal nicht beantworten. Wir kennen nicht immer die Kaufmotive. Mal gibt der Preis, mal die sofortige Verfügbarkeit den Ausschlag. Viele schätzen auch den persönlichen Austausch mit unseren Fachberatern und die Sicherheit, die ihnen Foto Erhardt als Anbieter gibt. Manche Kunden finden es einfach bequem, an sieben Tagen der Woche rund um die Uhr online einkaufen zu können, manche sind auch hybrid unterwegs.

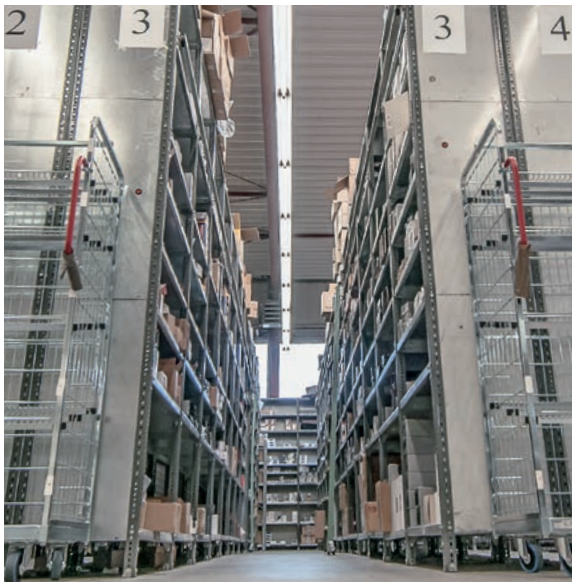
Bieten Sie online auch Dienstleistungen und Studioleistungen an?

Anabel Erhardt: Alles, was sich verschicken lässt, gibt es auch online bei uns. Im Dienstleistungsbereich beispielsweise unseren Bilderservice. Über unseren Onlineshop kann der Kunde auch Super-8-Filme und Dias beliebiger Stückzahl digitalisieren lassen.

Wodurch unterscheiden sich Ihre Filialkunden von Ihren Onlinekunden?

Anabel Erhardt: Das vermischt sich, auch weil wir viele verschiedene Standorte haben. Die Onlinekunden lassen sich keiner Kundenstruktur zuordnen. Jeder kauft mittlerweile online, das ist normal. Es ist ein anderer SB-Markt. Statt in den Einkaufswagen legt man die Ware in den virtuellen Warenkorb. Da unsere Filialen an ihrem jeweiligen Standort schon lange bekannt sind, haben wir durchweg einen hohen Stammkundenanteil. Und wir registrieren, dass die Zahl unserer Kunden weiterhin zunimmt. Dabei ist aber zu berücksichtigen, dass die Zahl der Anbieter, vor allem der lokalstationären, stetig sinkt. Wir versorgen Konsumenten aus allen Bevölkerungs-

> Vom Westerkappelner Zentrallager erhalten sowohl die Filialen als auch die Onlinekunden ihre Ware.
Abb.: Foto Erhardt



> Die Dülmener Filiale kam 2015 zu Foto Erhardt. Seit 1980 residiert sie am selben Standort in einer Nebenstraße des Stadtzentrums. *Abb.: fe*

Kurzinformation Stadt Dülmen, Kreis Coesfeld

> **Lage**
im Münsterland an der BAB A43 zwischen Coesfeld im Norden und Haltern am See (Kreis Recklinghausen) im Süden; Höchster Punkt 65 m über Normalhöhennull (NHN)

> **Bundesland** Nordrhein-Westfalen

> **Kfz-Kennzeichen** COE, LH

> **Stadtgebietsfläche**
Insgesamt 7 Ortsteile; 184,5 km²

> **Einwohner insgesamt**
(31.12.2012) 46.300

> **Bevölkerungsdichte insgesamt Einwohner pro km²**
(31.12.2012) 250

> **Quellen**
Internetseite der Stadt Dülmen (www.duelmen.de)

und Einkommensschichten sowie gewerbliche Kunden und Behörden.

Wie groß ist jeweils das Einzugsgebiet Ihrer Filialen?

Anabel Erhardt: Das ist standortabhängig recht unterschiedlich. Bei unserer Auricher Filiale etwa ist es sehr groß. Sie bedient Kunden aus ganz Ostfriesland einschließlich der ostfriesischen Inseln. Auch die Osnabrücker Filialen decken ein großes Einzugsgebiet ab. Weil wir alles haben, online alles abbilden und weil wir das leisten, was die Kunden woanders nicht mehr bekommen, kommen auch Kunden jenseits unserer Einzugsgebiete in unsere Geschäfte.

Seit wann und warum betreiben Sie die Selbstverarbeitung?

Anabel Erhardt: Eigentlich schon immer. Geschichtlich betrachtet hatte einst jedes Fotofachgeschäft ein eigenes Labor. Irgendwann war das Aufkommen so hoch, dass man die Arbeiten teilweise nur noch mit Hilfe der Großlabore ausarbeiten konnte. Mit dem Aufkommen der ersten Minilabgeräte waren wir wieder vorn dabei. Qualität und Schnelligkeit selbst bestimmen, flexibel agieren zu können, nicht vergleichbar mit hundert anderen zu sein, das ist schon ein großer Vorteil und bindet Kunden. Man verkauft mit der Eigenproduktion ja auch Knowhow, kann sich mit dem Kunden ganz anders austauschen, wenn man selbst fertigt, ihm Qualität vermitteln und ihm letztlich die Bilder so fertigen kann, wie er sie haben möchte.

Oliver Mann: Schon seit 1980 als Fotofachgeschäft in Dülmen bekannt, haben wir etwa ab dem Jahr 2000 zuerst mit einem Kodak System 88, ab 2004 mit einem Noritsu QSS-3201 Bilder selbst ausgearbeitet. 2010 wurde mit einem

> **Filialleiter Oliver Mann und sein Team haben viel Erfahrung mit der Selbstverarbeitung.**

Abb.: Foto Erhardt, Dülmen

Noritsu D1005 der Wechsel von Fotochemie zu Inkjet vollzogen. Das Gerät ist im Herbst 2014 durch ein Noritsu Green II ersetzt worden. Immer ging es uns darum, unabhängiger, schneller und besser zu sein als andere.

Was hat Sie veranlasst, Trockenlabs zu installieren?

Anabel Erhardt: Ein wesentlicher Punkt ist, dass die Geräte fortschrittlicher sind als die von anderen Anbietern. Natürlich richten wir uns damit zukunftsfähig aus. Trotz der überschaubaren Modellvielfalt sind die unterschiedlichen Leistungsklassen von Noritsu so gut abgestimmt, dass wir in dem Programm das jeweils passende Modell für die verschiedenen Standorte finden. Die Drylabs sind zuverlässig, einfach zu bedienen und liefern Bilder in sehr guter Qualität. Die Mümken Sales hat verstanden, wie unser Unternehmen aufgestellt ist, wie wir agieren und ist auf uns eingegangen.

„Bei uns gibt es die Vielfalt – das funktioniert tadellos."

Aber Sie haben auch noch Nassmaschinen im Einsatz?

Anabel Erhardt: Ja, unter anderem zum Beispiel eine Noritsu QSS-3502 in unserer Ahausener Filiale plus vier weitere Fujifilm-Frontier-Nasslabs. Und wir werden in den nächsten Jahren auch noch nicht alle unsere Standorte auf Drylabs umrüsten. Wir halten uns die Entscheidung bewusst offen, weil der Bildermarkt sich in einer Übergangsphase zwischen dem fotochemischen und dem Inkjet-basierten Bild befindet. Solange wir nicht abschätzen können, wie lange diese Phase dauert, können wir nicht jeden Bilderkunden mit nur einem Bildtyp glücklich machen. Daher werden wir

> Unmittelbar am Marktplatz, im Zentrum von Aurich, befindet sich diese Filiale des Unternehmens. *Abb.: Foto Erhardt*

> So präsentiert sich das Ladeninnere dem Kunden von der Eingangstür aus. *Abb.: fe*

weiterhin Standorte mit Nasslabs wie solche mit Trockenlabs haben, so, dass die Kunden, die fotochemische Bilder haben möchten, sie bei Foto Erhardt ebenso bekommen wie Kunden, die Inkjetprints verlangen. Wir kombinieren ja auch, wie in Osnabrück. Dort gibt es ein Labor für zwei Standorte, die eng beieinanderliegen, während alle anderen Filialen selbst produzieren können. Durch diese Konstellation können wir den Kunden mit fotochemischen Bildern nicht immer innerhalb einer Stunde beliefern. Dann werden dessen Bilddaten übers interne Netzwerk an den Standort des nächstgelegenen Nasslabs übertragen, dort ausgearbeitet, so dass der Kunde seine fertigen Bilder letztlich in der Ursprungsfiliale abholen kann. Bei uns gibt es die Vielfalt – das funktioniert tadellos und wird von den Kunden honoriert. Das Produkt, das aus dem Drylab kommt, ist top. Aber das Bild aus einem Nasslab ist auch top.

War der Duplexdruck für Sie ein entscheidender Grund zur Anschaffung der Noritsu-Inkjet-Geräte?

Anabel Erhardt: Die Option der eigenen Mehrwertproduktion war bei den Anschaffungsüberlegungen für uns ein angenehmer Zusatznutzen, aber nicht der primäre Grund, den Wechsel vorzunehmen. Natürlich fertigen wir mit den Geräten auch „kreative Bildprodukte", wie individuelle Grußkarten und Kalender, deren Anteil sich bei uns recht positiv entwickelt. Aber 90 Prozent aller Kunden wollen „nur" ein Standardbild. Das wollen sie schnell und in guter Qualität. Und es muss preislich in Ordnung sein. Diese Forderungen können wir mit unseren Geräten, ob nass oder trocken, erfüllen. Der Kunde kann von uns nicht ein anderes Bild bekommen und dafür mehr zahlen. Er bekommt bei uns, was er schon immer gewohnt ist – und das muss gut sein. Da müssen wir die Leute bedienen. Auch 2015 hat Foto Erhardt bei Fotoarbeiten wieder mit einem Plus abgeschlossen. Deshalb ist es mir wichtig, dass das Standardbildgeschäft bestens funktioniert. Auch bei den Leinwandbildern, die wir mit den Large Format Printern vor Ort produzieren, legen wir immer noch deutlich zu.

Oliver Mann: Schon seit 2010 bieten wir in Dülmen auch Grußkarten in verschiedenen Ausführungen an. Unser Angebot reicht von der einfachen ein-

> Wie groß das Geschäft ist, macht der Gegenschuss vom Ausarbeitungsbereich in Richtung Ladenfront deutlich. *Abb.: fe*

> Die lange Hardwaretheke befindet sich an einer Längsseite des Geschäfts. *Abb.: fe*

seitig bedruckten Karte bis zur beidseitig bedruckten Klappkarte. In Laufe der Jahre haben wir viele standardisierte Layouts entworfen, so dass wir dem Kunden eine beachtliche Auswahl an Mustern vorlegen können, aus denen er die Variante wählen kann, die ihm am besten zusagt. Er kann bei seiner Karte die Fondfarbe wechseln, seine Bilder einstellen und seinen individuellen Text vorgeben. Wir erstellen dann bis zum nächsten Tag eine Musterkarte nach seinen Wünschen, die er begutachtet, an der er eventuell noch Korrekturen vornimmt, die er uns letztlich zur Produktion freigibt. Bereits am nächsten Tag kann der Kunde seine fertigen Grußkarten abholen.

„Auch 2015 hat Foto Erhardt bei Fotoarbeiten wieder mit einem Plus abgeschlossen."

Wie beurteilen Ihre Kunden die Inkjekt-Qualität im Vergleich zu den AgX-Bildern?

Anabel Erhardt: Die weitaus meisten haben das „neue Bild" kommentarlos akzeptiert. Den anderen, neben Kunden vor allem Fotografen oder Kollegen, für die wir ausarbeiten, ist der Unterschied zum fotochemischen schon aufgefallen. Gerade zu Beginn waren die Papierstärke und der Bildeindruck zwischen beiden Produkten schon signifikant anders. Seit wir für den Inkjetprint stärkeres Papier verwenden, ist allein die visuelle Differenz geblieben. Wir haben beide Systeme, wobei sich die meisten Kunden ans Inkjet-Bild gewöhnt haben und damit vollauf zufrieden sind. Und solange selbst ursprünglich kritisch eingestellte Kunden immer wiederkommen und das Inkjetbild bestellen, kann es nur gut sein.

Oliver Mann: Mit der Installation des ersten Inkjet-Geräts haben wir jeden Bilderkunden von uns aus darauf hingewiesen, dass wir ein neues Ausarbeitungssystem einsetzen, dass die Bilder anders aussehen als die, die er jahrelang von uns bekommen hat. Wir haben den Kunden kostenlos ein paar Testbilder von ihren Bilddateien geprintet. Dieses offensive Vorgehen hat die allermeisten Kunden überzeugt – von der Bildqualität und von uns als vertrauenswürdigem Anbieter. Mit Kunden, Amateuren wie Profis, denen die Inkjetprints beispielsweise zu kontrastreich und farblich zu grell waren, haben wir kundenindividuelle Profile

Kurzinformation Kreisstadt Aurich, Landkreis Aurich

> **Lage**
in Ostfriesland zwischen Norden im Nordwesten und Leer im Süden; Höchster Punkt 4 m über Normalhöhennull (NHN)

> **Bundesland** Niedersachsen

> **Kfz-Kennzeichen** AUR

> **Stadtgebietsfläche**
Insgesamt 21 Ortsteile; 197,22 km²

> **Einwohner insgesamt**
(30.06.2015) 41.268

> **Bevölkerungsdichte insgesamt Einwohner pro km²**
208

> **Quellen**
Internetseite der Stadt Aurich (www.aurich.de)

> Die gut sortierte Zubehörwand ist zwischen Geräte- und Bildertheke positioniert.

Abb.: fe

angelegt, was mit der Maschine ja einfach möglich ist. Jedes Profil ist unter dem Namen des Kunden gespeichert. So bekommt er seine Bilder immer so ausgearbeitet, wie er sie haben möchte – und das funktioniert.

Worauf führen Sie diese Entwicklung und die Wahl des jeweiligen Bildprodukts zurück?

Anabel Erhardt: Wer einmal eine Werbung für Tomaten auf einem großen Fernseher in HD gesehen hat, der findet das knackige Rot phantastisch. Einen ähnlichen Bildeindruck vermitteln die Displays von Tabletts und Smartphones. Unser Auge wird auf diese Weise im Alltag trainiert, dass alle Farben viel kräftiger, viel gesättigter wiedergegeben werden. Entsprechend hat man die Inkjetbilder angeglichen. Wenn ich dieses „neue Bild" der 90jährigen Oma zeige, dann ist das für sie fremd. Ich bleibe dabei: wir befinden uns in einer Übergangsphase, die man akzeptieren muss. Entscheidend ist unsere Zielgruppe, doch die ist nicht homogen. Wir sprechen mit unseren Maschinen ja die Kunden an, die Bilder haben wollen. Aber Bilder drucken die Jungen vom Smartphone, die Alten vom Film, respektive vom Chip. Nur, die älteren haben sich jahrzehntelang ans fotochemische Bild gewöhnt. Das geht schon „ab 35" los. Es sind die Kunden, die schon in ihrer Jugendzeit analoge Kameras benutzt haben. Sie sind in einem fotoaffinen Elternhaus oder Umfeld groß geworden, als in jedem Urlaub noch acht oder zehn Filme belichtet wurden. Daher sind ihnen matte wie glänzende Fotos sehr wohl vertraut. Deshalb wird es eine gewisse Zeit dauern, bis sich diese Leute an „das neue Bild" gewöhnen werden. Wir hören aus den verschiedensten Quellen zum Bildergeschäft alle möglichen Einschätzungen. Ausländische Kollegen beispielsweise fragen erstaunt, was ein Nasslab ist. Sie sind schon voll auf der Spur der Zukunft. Und wir machen definitiv mit.

> Wesentlicher Bestandteil der Terminalsektion sind die HPT-Annahmeterminals mit angeschlossenen Bondruckern. *Abb.: fe*

> Gut positioniert zwischen Rahmen und Alben: an der längsten Laufzone des Geschäfts trifft der Bilderkunde auf die Terminalzone. *Abb.: fe*

Wie haben Ihre Mitarbeiter auf das Inkjet-System reagiert?

Anabel Erhardt: Unterschiedlich. Es gibt überzeugte Inkjet-Befürworter, die die mit dem System verbundenen Vorteile sehen und das Inkjet-Bild mögen, aber wir haben unter den Mitarbeitern auch Anhänger der Fotochemie, die das dicke Silkpapier und den für Fotos typischen Bildeindruck schätzen. Einige Beschäftigte haben immerhin zwanzig Jahre und mehr Erfahrung mit fotochemischen Bildern. Da spielt die Gewohnheit schon eine Rolle. Bei manchen ist die anfängliche Skepsis gegenüber dem Inkjet-Bild inzwischen gewichen und in Akzeptanz oder gar in Begeisterung umgeschlagen, wie etwa in unserer Auricher Filiale, in der die Bilder vorher lange mit einem Nasslab ausgearbeitet wurden. Wichtig ist schon, dass die Mitarbeiter hinter dem stehen, was sie den Kunden anbieten, um begeistert zu verkaufen. Dass wir richtigliegen, bestätigt uns die positive Entwicklung unseres Bildergeschäfts.

> „Ein Bild kann jedermann – vom Kind bis zum Greis – ganz einfach handhaben."

Die gern so erfolgreich weitergehen kann!?

Anabel Erhardt: Ein Bild kann jedermann – vom Kind bis zum Greis – ganz einfach handhaben. Man kann es vielfältig kreativ nutzen, archivieren, jederzeit reproduzieren. Bilder in den Händen zu halten und zu betrachten, hat durchaus seinen Reiz. Es gibt ja auch noch Zeitschriften und Bücher, es ist ja längst nicht alles digital. Zu denken gibt mir eher eine Begebenheit mit einer Kundin, die ins Geschäft kam und sagte: „Es tut mir leid, aber ich muss jetzt mal ein Bild ausdrucken." Es liegt an uns, an unserer Branche, dem Kunden klarzumachen, dass das Papierbild keine Ausnahme, sondern vielmehr die Regel sein sollte. Zumal die Bildervielfalt dank digitaler Aufnahme- und Ausarbeitungstechnik ja sehr viel größer ist als einst. Doch in Zeiten digitaler Speichermedien verbinden viele Fotoamateure Technik nicht mit dem Ausdruck.

Wie differenzieren Sie Ihr Bilderangebot?

Anabel Erhardt: Primär bieten wir dem Kunden freibleibend das selbstgefertigte Stundenbild aus unseren Nass- und Trockenlabs an. Ob er seine Fotoarbeit „in einer Stunde" oder morgen abholt, spielt keine Rolle, denn der Preis ist identisch. Zur Absatzsteigerung setzen wir bei den selbstgefertigten Standardformaten noch auf mengenabhängig gestaffelte Paketpreise. Großer Beliebtheit erfreut sich bei unseren Kunden der Sofortdruck am Cewe-Kiosksystem. Es ist halt ein Trend, dass der Kunde das Bild sofort mitnehmen will. Unsere Beratung, unser Service, wie eine leichte Bildoptimierung, kosten den Kunden kein Geld. Alles, was sich im Rahmen hält, berechnen wir nicht. Eine umfangreiche Bild-

> Hinter der Bildertheke, noch im Sichtfeld des Kunden, printet ein D705-Inkjetlab die Bilder der Kunden. *Abb.: fe*

> Überm großen Bildertresen visualisieren die großen Werbedisplays wechselnde Botschaften. *Abb.: fe*

bearbeitung lassen wir uns als Dienstleistung schon bezahlen.

Oliver Mann: Der Smartphone-Fotograf ist nicht bereit, auf seine Bilder bis zum nächsten Tag zu warten. Sein Aufnahmegerät ist immer einsatzbereit, und so schnell wie er fotografiert, so schnell möchte er auch die Papierbilder haben. Wir haben im Geschäft stets die Kundenterminals im Blick, damit wir Kunden bei Bedarf mit Rat und Tat helfen können, ohne aufdringlich zu sein. Wir können unsere Kunden schon gut einschätzen. Wenn jemand kommt und nur schnell die 20 Bilder von der Party vom Vorabend haben möchte, dem brauche ich nicht die Selbstgefertigten anzubieten. Dem schlage ich allenfalls vor, ein besonders interessantes Bild in einem größeren Format auszugeben, hingegen man Kunden mit emotional wertvollen Familienbildern, mit fotografischen „Meisterwerken“ oder mit beruflichen Auftragsarbeiten anders gegenübertritt, indem man ihnen unsere qualitativ hochwertige Eigenproduktion empfiehlt und präsentiert.

„ In unseren Geschäften wird jeder Kunde angesprochen und bedient.“

Wie realisieren Sie vor allem kurze Lieferzeitwünsche Ihrer Bilderkunden?

Anabel Erhardt: Dank der verschiedenen Angebote und Fertigungsmöglichkeiten lässt sich das meistens gut steuern. Temporär wird’s aber auch schon mal enger. Samstags beispielsweise bilden sich vor den Sofortdruckterminals unserer Filiale in der Osnabrücker Krahnstraße häufiger schon mal längere Warteschlangen. Die Leute nutzen ihren Aufenthalt in der Stadt dann auch dazu, Bilder von ihren Aufnahmen printen zu lassen. Das sind zu 80 Prozent Aufnahmen, die mit Smartphones gemacht worden sind.

> **Auf dem Large Format Printer liegt immer ein großes Bild, um Kunden schon nonverbal auf diese Produkte aufmerksam zu machen.** *Abb.: fe*

Oliver Mann: Grundsätzlich unterscheiden wir bei der Bildfertigung nicht nach dem Aufnahmegerät. Wir sind flexibel und richten uns weitgehend nach den Kundenwünschen. Bei uns werden keine Aufträge gesammelt, gestapelt oder fix terminiert – wir arbeiten sie immer sofort aus, damit die Bilder garantiert fertig vorliegen, wenn der Kunde zum Abholen kommt. Diese Arbeitsweise hat sich bei uns bewährt. Dabei kommt uns auch entgegen, dass wir mit dem Inkjetlab jederzeit „aus dem Stand" produzieren können.

Ist Ihre Assistenz am Annahmeterminal immer noch gefragt oder nötig?

Anabel Erhardt: Auf jeden Fall. Kunden, die das erste Mal oder selten zu uns kommen, zeigen wir das. Wir merken ja, ob jemand routiniert oder verhalten am Terminal agiert. In unseren Geschäften wird jeder Kunde angesprochen und bedient. Dann kann er selbst entscheiden, ob er unsere Assistenz nutzen oder ob er seine Bildbestellung lieber allein vornehmen möchte. Was keinesfalls passieren darf, dass ein Kunde hilfesuchend am Terminal oder irgendwo im Geschäft steht und nicht von uns angesprochen wird. Die Beratung ist für den Service wie den Umsatz wichtig. Wir haben festgestellt, dass Bilderkunden bis zu doppelt so viele Prints oder Bilder in größeren Formaten bestellen, wenn wir ihnen bei der Bestellung zur Seite stehen, als wenn sie den Ordervorgang allein durchführen. Man kann die Kunden schon beeinflussen. Das empfinden sie nicht als unangenehm, weil wir sie fair und fachlich korrekt beraten.

Wie beurteilen Ihre Kunden die HPT-Terminals und die HPT-Software?

Anabel Erhardt: Wir haben ja den Vergleich mit anderen Geräten, die bei uns im Einsatz sind, und zu denen von Noritsu höre ich nur Positives. Zudem sind wir kein SB-Laden. Bei uns wird der Kunde betreut. Das ist unser selbstverständlicher

> Umfassend ist auch das Albensortiment der Auricher Filiale. *Abb.: fe*

> Auf der rechten Längsseite des Ladenlokals findet der Kunde eine große Auswahl an Rahmen in allen möglichen Größen und Ausführungen vor. *Abb.: fe*

Kurzportrait Foto Erhardt GmbH

> **Firmenart**
Fotofachgeschäft-Vollsortimenter, Onlinehandel, Fotostudios für Hochzeits-, Portrait-, Pass- und Bewerbungsbilder, Businessfotografie für Firmen, Fachlabor-Eigenverarbeitung, Akademie für Fotokurse, eigenes Business Center und Lager

> **Adresse der Zentrale**
Gartenkamp 101
49492 Westerkappeln
Telefon 05404-93 33-96
Telefax 05404-96 33-50

> **E-Mail** info@foto-erhardt.de

> **Internet** www.foto-erhardt.de

> **Geschäftsführer**
Anabel, Birthe und Christian Erhardt

> **Anzahl aller Beschäftigten**
125 Festangestellte in Voll- und Teilzeit, saisonal mehr durch Aushilfskräfte

> **Gründer, Gründungsort und -datum**
Gotthilf Erhardt, Brandenburg/Havel, 1903; 1947 Standortverlagerung nach Osnabrück

> **Anzahl der Filialen/ Betriebsstätten**
12 Filialen in Ahaus, Aurich, Brandenburg, Cloppenburg, Dülmen, Hildesheim, Ibbenbüren, Marl-Hüls, Vechta, 2 Filialen, die Akademie und das Business Center in Osnabrück sowie die Unternehmenszentrale mit Lager in Westerkappeln bei Osnabrück

> **Lage der Filialen**
1A oder 1B in Innenstadtlage, zumeist in der Fußgängerzone oder in einer kleinen Nebenstraße. Die Filiale Hildesheim befindet sich in einem Verbrauchermarkt. Alle sind gut erreichbar, Parkmöglichkeiten auf öffentlichen Parkplätzen in Filialnähe

> **Ladenflächen der Filialen**
Unterschiedlich von etwa 50m² bis über 200 m²

> **Öffnungszeiten**
(filialabhängig unterschiedlich)
Montag bis Freitag
9.00 – 18.30 Uhr
Samstag
9.00 – 14.00/16.00 Uhr

> **Ausarbeitungstechnik**
3 trockene und ein fotochemisches Noritsu-Gerät sowie weitere Nassgeräte, diverse Filmscanner, Filmentwicklungsgeräte (C41), EBV-Arbeitsplätze, Annahmeterminals Noritsu-HPT und von Cewe sowie etliche Large Format Printer

> **Citylabfunktion**
für Fotografen und Fotofachhändler

> **Einzugsgebiet (um den jeweiligen Standort)**
filialabhängig von 10 km bis über 50 km

> **Kundenstruktur**
Kunden jeden Alters und aller Einkommensschichten, hoher Stammkundenanteil

> **Kooperationsmitgliedschaft**
Ringfoto-Gesellschafter; Gründungsmitglied seit 1965

> Auf der Präsentationsinsel liegen Muster zu Fotobüchern und Kalendern ebenso wie zu Foto-Fun-Artikeln aus. *Abb.: fe*

> So klar strukturiert und übersichtlich präsentiert sich das gesamte Auricher Geschäft. *Abb.: fe*

Service, ansonsten könnte der Kunde sich auch an die Terminals anderer Anbieter stellen. Manchmal ist es besser, als Verkäufer nicht erst lang und breit alles detailliert zu erklären und den Kunden damit womöglich zu irritieren, sondern einfach schnell einzugreifen und zu machen. Zu simpel sollte die Bedienung der Terminals auch nicht sein, denn dann braucht der Kunde uns nicht mehr. Mit unserem Service motivieren wir ihn, das nächste Mal wieder zu uns zu kommen.

Können Sie klassifizieren, welche Bilderkunden welches Ihrer Bilderangebote bevorzugen?

Anabel Erhardt: Allenfalls grob, zumal es Überschneidungen gibt. Nicht nur Konsumenten, sondern auch Profifotografen nutzen inzwischen das Smartphone. Während die Amateure die Bilddaten direkt aus dem Speicher des Smartphones ans Terminal übertragen, laden die Profis sie häufiger aus ihrer Cloud. Auch das geht ja mit heutigen Kiosksystemen. Überwiegend wählen Smartphone- und Kompaktkamerafotografen den Sofortprint, während Systemkamera- und Spiegelreflexfotografen die Bilder aus unserer Eigenfertigung bevorzugen.

Wenngleich die Smartphone-Liga noch zulegt!?

Anabel Erhardt: Das Verhältnis zwischen Smartphone- und Kamerafotografen, die zu uns kommen, beträgt womöglich schon 50:50. Aber es ist immer noch so, dass der Smartphone-Fotograf weniger Aufnahmen zu Papier bringt als der, der mit einer hochwertigen Kamera fotografiert. Von der Speicherkarte der Kamera werden bei uns durchschnittlich 70 bis 80 Bilder bestellt, während der Smartphone-Fotograf an unserem Cewe-Sofortdrucker durchschnittlich 15 bis 20 Prints ordert. Allerdings verschieben sich die Anteile – unter anderem deshalb, weil die Gruppe der Smartphone-Fotografen wächst, aber auch weil sie das Gerät exzessiver fotografisch nutzen als die Kamerafotografen. Deshalb nimmt das Printvolumen der Smartphone-Fotografen zu.

Sind das Sofortprints im Standardformat?

Anabel Erhardt: Nicht unbedingt, denn die modernen Kiosksysteme können ja

> So chic werden auf beiden Seiten des Elements unterschiedliche Smartphones offeriert. *Abb.: fe*

> Seit eh und je sind Ferngläser Bestandteil des gut sortierten Fotofachhändlers. *Abb.: fe*

> Der DXO-one-Präsenter steht nicht zufällig auf der Gerätetheke. *Abb.: fe*

viel mehr. Das sind nicht selten Mischaufträge, die Bilder unterschiedlicher Formate sowie Ausschnitte und Bilder mit Kreativelementen enthalten. Vor allem junge Mütter finden das ganz toll. Sie wählen unter anderem Bilder in Passbildgröße für die Geldbörse, „veredeln" andere Bilder am Terminal mit Blümchenrahmen oder einer Möwe, die durchs Bild flattert. Diese Kundinnen sind meistens so fit, die gehen ans Terminal und machen das allein.

Oliver Mann: Frauen, auch die jungen Frauen, sind immer noch die eifrigsten Bilderkunden. Einst haben sie uns den belichteten Film zum Ausarbeiten gebracht, heute kommen sie mit dem Smartphone oder der Speicherkarte zu uns. Frauen mögen schon immer das Papierbild, das hat sich offensichtlich nicht geändert.

Hat das Smartphone zu einer Verjüngung ihrer Bilderkundschaft geführt?

Anabel Erhardt: Ja, keine Frage. Wenngleich Smartphones mittlerweile von Leuten jeden Alters von 15 bis 85 genutzt werden. Jeder, der eines hat, fotografiert auch damit. Für ältere Herrschaften, so mein Eindruck, ist es durchweg leichter zu bedienen als manche Kamera. Es ist halt das Aufnahmegerät, das man immer bei sich hat und mit dem man die schönen Schnappschüsse macht. Die junge Generation muss darüber nicht mehr fürs Fotografieren, sehr wohl aber fürs Papierbild sensibilisiert werden.

Oliver Mann: Ohne das Smartphone würden sehr viele Aufnahmen gar nicht gemacht. Da es ständig greifbar ist, fördert es maßgeblich die Spontanfotografie. Die Leute treffen sich in der Stadt, fotografieren sich gegenseitig, kommen bei uns vorbei und lassen gleich Bilder von den Aufnahmen printen. Aber auch ganze Urlaube werden mit dem Smartphone fotografiert, wie wir an den Bildern sehen. Es hat sich zu „dem" universellen Aufnahmegerät entwickelt, das die Fotografie und das Bildergeschäft belebt. Rund die Hälfte aller Kunden, die Bilder bei uns machen lassen, fotografiert mit einem Smartphone.

Sie verkaufen auch Smartphones?

Anabel Erhardt: Seit das Smartphone auch eine Kamera ist, gehört es zu unserem Sortiment. Wir vertreiben Geräte ohne Mobilfunkvertrag von der Einstiegsklasse ab 89 Euro bis zu hochpreisigen Apple-Modellen. Wenn der Kunde ein iPhone wünscht und keine Kamera, dann können wir ihm schlecht eine Kamera aufzwingen. Leider ist der Mobilfunkgerätemarkt noch härter umkämpft als der Fotogerätemarkt.

Gibt es Kunden, die von sich aus nach Mehrwertprodukten fragen?

Anabel Erhardt: Ja. Unsere Ausarbeitungsgeräte einschließlich der Large Format Printer haben wir in unseren Filialen nicht versteckt, sondern absichtlich so plaziert, dass die Kunden sie sehen. Und überm LFP liegt immer ein großes Bild, damit der Kunde gleich erkennt, was wir ihm damit fertigen können. In ein paar Filialen produzieren wir auch Gruß- und Klappkarten selbst. Die Dülmener Filiale ist zudem seit jeher auf die Eigenfertigung von Foto-Fun-Produkten – von der Tasse bis zur Schieferplatte – spezialisiert. Auf das gesamte Portfolio von Dülmen können alle Filialen und somit ganz Foto Erhardt zugreifen. Dank der Large Format Printer fertigen wir viele

> Die gelungene Dekoration macht neugierig – und man schaut hin. *Abb.: fe*

> Passendes Aufnahmegerät samt Zubehör halten die Auricher auch für Kunden bereit, die nach fotografischer „Lufthoheit" streben. *Abb.: fe*

große Bilder, von denen ein sehr großer Anteil als Leinwandbild auf Keilrahmen an die Kunden geht. Das ist ein bei Konsumenten hinlänglich bekanntes Bildprodukt, das sich ungebrochen großer Nachfrage erfreut. Acryl, Alu-Dibond, Hartschaumplatte, Echtglas und Co. lassen wir fremd fertigen. Entscheidend für unser Selbstverständnis und unseren Anspruch ist einzig und allein, dass der Kunde bei Foto Erhardt alle Fotoartikel und Bildprodukte bekommt, die er nachfragt.

Welche Fotobücher gibt es bei Ihnen?

Anabel Erhardt: Da wir unter einem Firmennamen auftreten, soll jeder Standort das gleiche leisten. Cewe ist inzwischen eine bei Bilderkonsumenten etablierte Bilder-Marke. Daher bieten wir Produkte des Unternehmens an, wozu auch Fotobücher gehören. Der Kunde, der das klassische Fotobuch von seinem Urlaub haben möchte, bekommt die Cewe-Software oder lädt sie sich herunter und bekommt, was er aus der Cewe-Werbung kennt. Kunden, die einen höheren Anspruch an ein Fotobuch haben, empfehlen wir das „Canon-HD-Book". Bei diesen Fotobüchern beträgt die Lieferzeit außerhalb der Vorweihnachtszeit vier bis fünf Tage. Dass ein Kunde ein Fotobuch sofort haben möchte, erleben wir selten. Da wir ihm so schnell keines liefern können, bieten wir ihm stattdessen das altbewährte Fotoalbum an.

Oliver Mann: Obwohl wir die Eigenproduktion von Fotobüchern für eine interessante Option halten, haben wir uns von Beginn an aus organisatorischen Gründen dagegen entschieden. Da wir während der Öffnungszeiten durchweg viele Kunden im Geschäft haben, können wir eine laufende Fotobuchproduktion am Gerät nicht ständig im Auge behalten. Dann passieren womöglich Fehler, die zu Ausschuss führen. Das Risiko wollten und wollen wir nicht eingehen, weil wir unseren Kunden gute Alternativen bieten können. Dazu gehört auch das altbekannte, aber immer noch erstaunlich beliebte Fotoalbum. Nicht nur ältere, auch jüngere Kundinnen entdecken es wieder, bestücken es liebevoll mit Bildern, kleben verschiedenste Dekorationselemente dazu und beschriften es handschriftlich. Und: ein Fotobuch ist komplett, ein Fotoalbum kann

> Das Stammgeschäft auf der Steinstraße in Brandenburg um 1920.

Abb.: Archiv Foto Erhardt

> Aus den späten 1950er Jahren stammt diese Ansicht des Osnabrücker Gründungsgeschäfts.

Abb.: Archiv Foto Erhardt

Chronik der Foto Erhardt GmbH

> **1903** Gotthilf Erhardt – Urgroßvater der jetzigen Geschäftsführer – eröffnet in Brandenburg/Havel eine Foto-Drogerie.

> **1929** Gemeinsam mit seinem Sohn Ottomar erweitert der Gründer die Foto-Drogerie zum ersten Foto-Spezialgeschäft mit Labor in Brandenburg.

> **1947** Ottomar Erhardt beginnt in Osnabrück den Wiederaufbau des Unternehmens mit Einzelhandel, Großhandel und Industriegeschäft. Unterstützt wird er dabei von Horst Späthe, der bereits 1938 als Lehrling ins Stammhaus kam.

> **1952** In der Osnabrücker Möserstraße entsteht das Stammhaus mit Ladenlokal, Lager und Verwaltung.

> **1965** Eröffnung der ersten Foto-Erhardt-Filiale in der Osnabrücker Krahnstraße.

> **1974** Generationswechsel: Tochter Lilo und die Söhne Wolfgang und Norbert Erhardt übernehmen die Unternehmensleitung. Dieter Erhardt, der dritte Sohn, ist mit Fotogeschäften in der Schweiz erfolgreich.

> **1980 bis 1990** Eröffnung weiterer Filialen in Vechta, Cloppenburg, Münster und Hildesheim.

> **1990** Zum Unternehmen gehören nun 18 Filialen, ab diesem Jahr auch wieder eine in Brandenburg, dem Gründungsort.

> **1992** Die Geschwister Erhardt eröffnen in Magdeburg den Fotogroßhandel Osna-Foto, der Drogerien, Fotografen, Behörden und die Industrie beliefert.

> **1997** Umzug vom bisherigen Stammhaus in der Osnabrücker Möserstraße in die neue Zentrale mit Hochlager nach Westerkappeln.

> **1999** www.foto-erhardt.de geht online – mit vielen Informationen rund um die Fotografie und gleichnamigem Online-Shop.

> **2002** Übernahme von drei Photo-Porst-Filialen.

> **2003** Foto Erhardt feiert das 100jährige Bestehen des Unternehmens.

> **2009** Eröffnung der Filiale in Ahaus. Start der Hausmesse „FotoFach-Tage“, die seither jährlich auf dem Gelände der Westerkappelner Zentrale stattfindet.

> **2010** Nach gut zehn Jahren Internet-Erfahrung wird der Online-Shop relauncht.

> **2012/2013** Umbau der Filialen in Vechta und Ibbenbüren.

> **2015** Übernahme der ehemaligen allkauf-Foto-Filiale in Dülmen.

> Gotthilf Erhardt gründete das Unternehmen 1903 in Brandenburg/Havel.

Abb.: Archiv Foto Erhardt

> Ottomar Erhardt, Sohn des Gründers, beginnt 1947 in Osnabrück mit dem Wiederaufbau der Firma.

Abb.: Archiv Foto Erhardt

NORITSU PRECISION

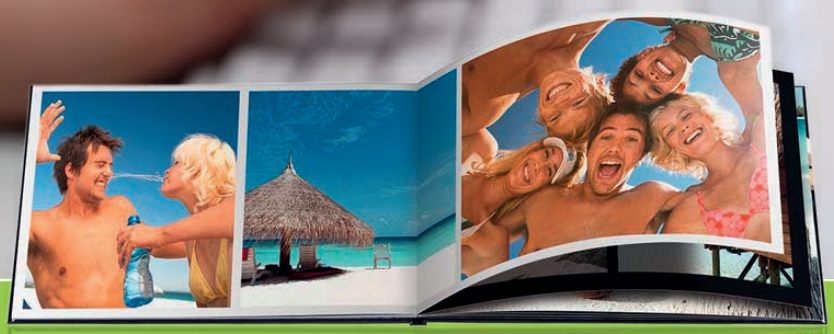
Die Zukunft printet beidseitig

Fotomehrwert

QSS Green

Checkliste für Ihren Erfolg

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



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

Mümken Sales GmbH

> Der Weg zum Studio ist mit Mustern und Rahmen gesäumt. *Abb.: fe*

langsam wachsen, da stören freie Seiten, die später bestückt werden, nicht.

Wie wichtig ist für Ihr Unternehmen das Gerätegeschäft?

Anabel Erhardt: Kamera und Zubehör sind für uns als Vollsortimenter seit jeher eine ganz wichtige Säule. Durchs Kamerasortiment läuft alles andere mit. Wie schon mein Vater sagte, gehört zu Foto nicht nur das Bild, der Rahmen, das Studio, sondern auch die Hardware. Aber man braucht alles, um als kompetentes Fotofachgeschäft von den Kunden wahrgenommen und akzeptiert zu werden. Das ist unsere gelebte Überzeugung.

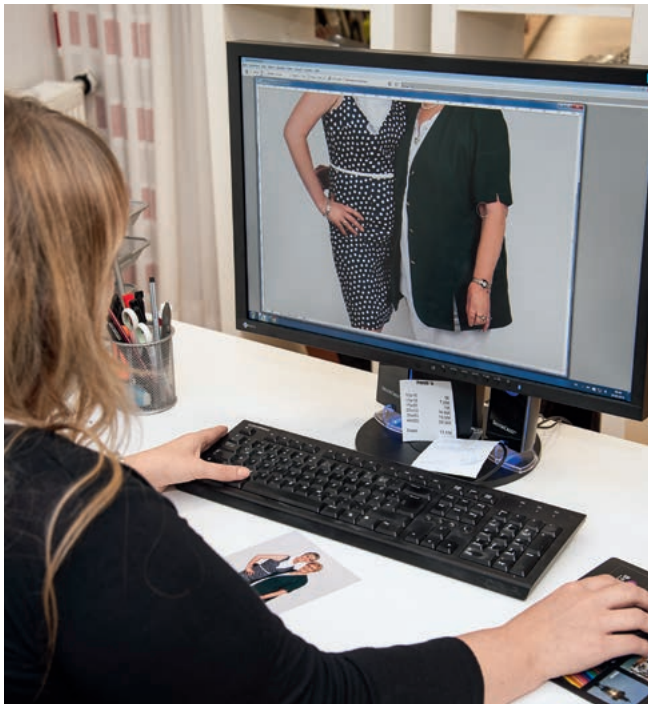
Kommen die Kamerainteressenten gut vorinformiert zu Ihnen?

Anabel Erhardt: Das ist ein kunterbunter Mix, aber es kommt keiner mehr unbedarft ins Geschäft. Man hat vielleicht noch nicht sein Wunschmodell eingegrenzt, aber die Vor- und Nachteile des einen oder anderen Systems sowie die Beurteilungen im Internet sind meistens bekannt. Es wird ja immer komplexer und schwieriger für den Konsumenten zwischen High-end-Kompakten, System- und Spiegelreflexkameras noch den Überblick zu behalten. Dazu kommt noch das Original- und Fremdzubehör. Es ist nicht leicht, da das Richtige für sich zu finden. Aber wenn es kompliziert ist, dann braucht der Kunde uns. Beim iPhone gibt es nur die Entscheidung zwischen kleinem und großem Speicher. Dafür braucht der Konsument keinen Fachmann.

Erhalten Kamerakäufer Zugaben, wie Gutscheine oder Serviceleistungen?

Anabel Erhardt: Jein: Im Einzelhandel geht es oft zu wie auf einem Basar. Egal was der Kunde kauft, er will immer handeln. Bietet man ihm eine Kursteilnahme zum halben Preis, dann will er sie komplett umsonst. Warum sollten wir das tun, zumal unsere Seminare immer ausgebucht sind!? Wir locken zweimal im Jahr mit einer Beilage, die einige attraktive Gutscheine enthält. Ab und an gibt

> Informationsmaterial für Kunden gibt es in Hülle und Fülle – griffbereit am Gerätetresen. *Abb.: fe*



> Nach den Aufnahmen werden die Bilder gleich am Studio-Rechner optimiert. *Abb.: fe*

> Die attraktive Präsentation von Fotozubehör im Fensterbereich ist von außen wie von innen zu sehen. *Abb.: fe*

es bei uns natürlich Aktionen, aber in der Regel arbeiten wir ohne Zugabe.

Führen Sie auch Fotofachzeitungen und Fotobücher zur Kamera?

Anabel Erhardt: In jeder Filiale kann sich der Kunde regelmäßig unser kostenloses Foto-Erhardt-Magazin abholen. Zeitungen und Fotobücher bieten wir schon länger nicht mehr an. Sie wurden und werden kaum nachgefragt – und man hat immer die falschen da. Häufig, so unsere Erfahrung, erscheinen die Bücher nicht zeitgleich mit der Kamera, sondern erst später, was vermutlich den enorm schnellen Gerätewechseln geschuldet ist. Der Buchhändler ist da einfach besser aufgestellt.

Wie kommt der Kunde zur Ihrer Akademie?

Anabel Erhardt: Dieses Angebot hat sich im Laufe der Zeit herumgesprochen, wir bewerben es und wir profitieren von einer super Mund-zu-Mund-Propaganda. Das Seminarprogramm ist sehr umfangreich. Wir bieten Einsteigerkurse, in denen die Grundlagen, wie Blende, Zeit, ISO, Weißabgleich, Brennweiten, erklärt werden. Beim Praxiskurs Landschaft geht's in die nähere Umgebung. Dabei lernt man verschiedene Techniken und den Einsatz unterschiedlicher Objektive. Es gibt einen Grundlagenkurs zum Blitzlichteinsatz, einen Fortgeschrittenen-Lehrgang zur Makrofotografie. Wir führen einen Portraitkurs, Spezialkurse, wie Aktfotografie, Photoshop-Seminare für Einsteiger und Fortgeschrittene, sowie Lehrgänge zur HDR-Fotografie, aber auch einen Workshop für die Fotobuch- und Kalendergestaltung durch. In unserem Business Center finden auch Einzeltrainings statt, die überwiegend von Unternehmen für deren Mitarbeiter oder Fotografen gebucht werden. Beispielsweise, um spezielle fotografische Aufgaben selbst erledigen zu können oder sich mit Fotoequipment, das man von uns bezogen hat, vertraut zu machen. Last but not least gibt's eine eigene Facebook-Akademiegruppe mit inzwischen über 1000 Mitgliedern. Dort werden rund um die Uhr Bilder gepostet, kommentiert und kritisiert. Zudem pflegen wir einen „offenen" Stammtisch, der jeden ersten Mittwoch im Monat in Osnabrück stattfindet und der sehr beliebt ist.

Wie bleiben Sie und Ihre Mitarbeiter stets auf Ballhöhe?

Anabel Erhardt: Dazu nehmen unsere Hardwareverkäufer, Fotografen und unsere Auszubildenden regelmäßig an internen wie externen Schulungen teil. Derzeit haben wir insgesamt 25 Auszubildende im Unternehmen, die wir zur Medienfachfrau/zum Medienfachmann, zu Fotografen – und in Westerkappeln – zu Groß- und Außenhandels- wie zu Bürokaufleuten ausbilden. Einmal im Jahr gehen wir mit allen Mitarbeitern an einem Wochenende auf Tour, was dem Spaß, dem Zusammenhalt und der Fortbildung dient. Wir verfügen über junges, geschultes Personal. Deshalb kommen auch viele junge Fotografen und junge Leute in unsere Geschäfte, weil sie dort auf Gleichaltrige treffen, mit denen sie sich auf Augenhöhe über Netzwerke, Instagram, fotocommunity austauschen können. Man findet uns online, wir arbeiten über Filialreservierung, sind auf der Höhe der

> Auch an der linken Fassadenseite des Geschäfts werden Passanten auf Leistungen des Hauses hingewiesen. *Abb.: fe*

> Die Schaufensterdekorationen und die grellen Fensterstreifen sorgen für Aufmerksamkeit. *Abb.: fe*

Zeit. Wir wollen kein verstaubter Fotoladen sein.

Welchen Umfang hat Ihr Studiogeschäft?

Anabel Erhardt: Es ist unser drittes wichtiges Standbein, das sich über den gesamten Bereich der professionellen Fotografie, vom Pass- und Bewerbungsbild über „Hochzeit und Familie“ bis zur Reportage und Businessfotografie für Großkunden erstreckt. Vor allem die letztgenannte Sparte bauen wir weiter aus. Darunter fallen unter anderem das Bildportrait eines Unternehmens für die Imagebroschüre und die Website, Aufnahmen von Produkten, Produktionsabläufen, Betriebserweiterungen, bei Veranstaltungen, Ehrungen und Betriebsfesten.

Wie werben Sie?

Anabel Erhardt: Natürlich klassisch mit Printmedien und auch mit dem einen oder anderen Beilagenprospekt mit großen Auflagen für alle Standorte. Zudem werben wir online über unsere Homepage, über Google und mit Newslettern. Für unsere Facebook-Follower natürlich auch über diese Plattform. Imagewerbung betreiben wir auch auf regionalen Veranstaltungen, wie zum Beispiel beim ADAC Bergrennen („FIA international Hill Climb Cup“) in Borgloh bei Osnabrück oder bei „Horses & Dreams“, einem der größten Reitturniere in Deutschland. Auch bei den aktuell angesagten Foto Events, wie dem „Fotofestival Horizonte“ in Zingst oder der „Photo & Adventure“ in Duisburg, sind wir mit unserem „Foto Erhardt on Tour Team“ dabei.

Führen Sie zusätzlich zur zentralen Werbung noch eigene Maßnahmen durch?

Oliver Mann: Wir stellen im monatlichen Wechsel ein jeweils anderes Bildprodukt werblich heraus. So zum Beispiel das

> Mit dem Großplakat rechts vom Eingang werben die Auricher für ihre Fotomehrwertprodukte. *Abb.: fe*

15 × 20-cm-Bild, Poster in den Formaten 20 cm × 30 cm oder 30 cm × 40 cm, aber auch Danksagungskarten im Paket. Unser „Monatsangebot" machen wir mit einem Plakat im Schaufenster und durch 10 × 15-cm-Beileger bekannt, die wir in die Auftragstaschen legen. Die Plakate und Beileger haben wir selbst gestaltet. Das Plakat, das wir öfter wiederverwenden, produzieren wir mit dem Large Format Pinter, die Beileger mit unserem Inkjetlab. Diese lokalen Aktionen kommen bei unseren Kunden sehr gut an.

„Wir wollen kein verstaubter Fotoladen sein."

Nutzen Sie auch die photokina zur Präsentation Ihres Unternehmens?

Anabel Erhardt: Natürlich besuchen wir die photokina, aber wir treten dort nicht als Aussteller auf. Allerdings veranstalten wir jährlich – in photokina-Jahren immer eine Woche nach der Messe – unsere „FotoFachTage". Diese Hausmesse findet auf dem Gelände unserer Zentrale in Westerkappeln statt. Dort präsentieren sich alle unsere Lieferanten und Industriepartner unseren Kunden. Letztgenannte nutzen dann die Gelegenheit zur Information und decken über unser Lager, das eingebunden ist, vielfach auch gleich ihren Fotobedarf.

Wie und in welchem Umfang nutzen Sie das Angebot Ihrer Kooperation?

Anabel Erhardt: Sie ist ein sehr wichtiger Partner für uns. Wir beziehen die Ware über Ringfoto, machen vieles mit, unter anderem die Plakataktionen und die Bannerwerbung. Wir sind Mitglied in Erfa-Gruppen, ich bin auch noch bei den Junioren aktiv. Auch beteiligen wir uns an Ringfoto-Veranstaltungen, wie den Kursen rund um die Roadshows mit Martin Wagner.

Wie würden Sie Ihr Unternehmen charakterisieren?

Anabel Erhardt: Wir sind ein Familienunternehmen mit viel Knowhow und viel Erfahrung. Wir sind solide, richten unseren Blick immer nach vorn, wir probieren vieles aus, wir investieren viel und wir erneuern uns ständig. Wir haben hervorragende, fachlich kompetente und sehr engagierte Mitarbeiter. Wir besitzen das komplette Foto-Portfolio und mit dem, was wir leisten und umsetzen, sind wir ein vertrauenswürdiger Anbieter für unsere Kunden. Bei uns lässt er sich beraten, kauft er ein, uns vertraut er seine Bilddateien an, in unseren Studios lässt er sich gern fotografieren.

> Der größere Noritsu-Stand der Mümken Sales befindet sich dort, wo er schon 2014 zu finden war: in Halle 3.1, Gang A-20/B-21-B-20/C-25.

Abb.: Wiesner Messearchitektur

Neues und Bewährtes

Mümken Sales und Noritsu auf der photokina 2016

Abb.: Koelnmesse

Dass die individuelle Eigenproduktion im digitalen Bildergeschäft überzeugende Vorteile bietet, bestätigt die wieder zunehmende Nachfrage nach aktuellem Ausarbeitungsequipment. Ist sie doch Garant für die schnelle und flexible Fertigung von Bildern und Fotomehrwertprodukten. Dank weiterer Noritsu-Modelle (siehe Bericht ab Seite 33 in dieser Ausgabe) wird die Selbstverarbeitung für Fotofachhändler wie für Fotografen nun noch attraktiver. Auf ihrem Stand wird die Mümken Sales GmbH umfassend darstellen, wie sich die Geräte des erweiterten Noritsu-Programms fürs eigene Bildergeschäft erfolgreich nutzen lassen.

Für jeden Anwender das Richtige

Angesprochen sind Fotohändler und Fotografen genauso wie die Profis aus Groß- und Fachlaboren, Selbstverarbeitungseinsteiger ebenso wie Betreiber, die eine Modernisierungs- oder Erweiterungsinvestition vornehmen wollen. Denn wider alle Zweifel nimmt auch das Standardbildaufkommen bei Selbstverarbeitern langsam wieder zu – und zwar „in Stück", wie Fotofachhändler ebenso überrascht wie erfreut berichten. Dafür gibt es mehrere Gründe, unter anderem den, dass zusätzlich zu den bisherigen „Bilderfreunden" auch Handy- und Smartphone-Fotografen das Papierbild für sich entdeckt haben. Allerdings wollen sie das schnell, am liebsten in „Echtzeit" haben, was dem Selbstverarbeiter nur recht sein kann. Auch wenn die Zahl der geprinteten Bilder weit unter der der tatsächlich gemachten Aufnahmen bleibt, so ist die zunehmende Nachfrage nach Papierbildern unterschiedlichster Standardformate an sich schon ein positives Signal

> **Premiere: Zwei neuentwickelte Desktop-Printer stellt Noritsu der Öffentlichkeit zum ersten Mal auf der photokina in Köln vor – im Bild das „kleinere" 8-Inch-Modell.**
Abb.: Noritsu Precision

Vom 20. bis 25. September 2016 findet in Köln wieder „die" Weltmesse der Fotografie statt. Die Mümken Sales und Noritsu werden die Fachbesucher ihres gemeinsamen Standes mit interessanten Neuheiten überraschen, die – weltweit – erstmals in Köln vorgestellt werden. Zudem präsentiert man wieder das komplette aktuelle Noritsu-Geräteprogramm sowie das Systemzubehör und viele Bildprodukte, die der Fotofachhändler, der Fotograf und der Bilddienstleister mit dem Noritsu-Equipment produzieren kann. Der gegenüber 2014 größere Stand ist am bekannten Stellplatz in Halle 3.1, Gang A-20/B-21//Gang B-20/C-25 zu finden.

für die Branche. Dazu kommen die personalisierten Bildmehrwertprodukte, die Kunden bei entsprechendem Bedarf ebenfalls, häufig auch kurzfristig, nachfragen. Diese durchweg margenträchtigen Artikel bereichern das Bilderangebot des Fotohändlers und ergänzen das mehr oder weniger starke Volumengeschäft. Deshalb ist die Eigenverarbeitung aller Bildprodukte fürs gegenwärtige wie zukünftige Geschäft moderner Bilddienstleister so wichtig. „Wir zeigen in Köln, wie diese Anbieter ihren Kunden Bilder und individuelle Fotomehrwertprodukte zum Mitnehmen produzieren können. Das Fotobuch ‚in einer Stunde' ist nicht mehr nur ein abgewandelter Slogan, sondern dank Eigenverarbeitung durchaus Realität", versichert Dipl.-Ing. Thomas Mümken, Geschäftsführer der Mümken Sales, Hünxe. Dabei decken die Vorteile der schnellen und bedarfsgerecht individuellen Eigenproduktion das ganze Ausarbeitungsspektrum ab, vom kleinformatigen Bild über Poster bis zu den vielen Individualprodukten. Zu den unbestreitbaren Vorzügen zählt auch die hervorragende Bildqualität, die Noritsus Inkjet-Geräte über alle Produkte sicherstellt. Gegenüber elektrofotografisch erzeugten Bildern und Fotobüchern etwa, die von Großlaboren zentral produziert werden, schneiden solche, die mit Noritsu-Trockenlabs ausgegeben werden, bei der Bildqualität deutlich besser ab. Immerhin übertrifft der Farbraum des Inkjet-Verfahrens deutlich den von Echtfotopapier. Die Hünxer demonstrieren auf ihrem photokina-Stand denn auch die gesamte Fertigungsstrecke und den gesamten Arbeitsablauf von der Bestelleingabe am Terminal, alternativ der Onlinebestellung von zu Hause, über die Produktion mit dem Inkjet-Printer bis zur Ausgabe von Bildern und Bildmehrwertprodukten. In Köln werden der Öffentlichkeit zum ersten Mal zwei neuentwickelte Desktop-Printer vorgestellt (siehe Bericht ab Seite 33), die auch für weniger umsatzstarke Fotofachgeschäfte wie für Fotografen höchst interessant sein dürften. Zudem werden Besucher des Mümken Standes aktuelle und in der Praxis bewährte Geräte, wie QSS Green II, QSS Green und D705 Green, des nach wie vor aktuellen Noritsu-Inkjet-Geräteprogramms vorfinden. Mit einem QSS-3801 wird auch ein fotochemisches Modell betriebsbereit vor Ort sein, das für spezielle Anwender mit hohem Bildaufkommen, wie Labore, die Bilder für die Schul- und Kindergartenfotografie ausarbeiten, durchaus interessant ist. „Mit der Anschaffung eines neuen Geräts, wozu immer auch die notwendige Peripherie gehört, bindet sich der Betreiber technisch und wirtschaftlich für die nächsten vier bis fünf Jahre. Nur unsere Systeme bieten dem selbstverarbeitenden Fotohändler und Fotografen größtmögliche Kompatibilität und Produktionsflexibilität. Sie ermöglichen ihm, vom Standardbild bis zum personalisierten Bildmehrwertprodukt alle Bilderwünsche seiner Kunden erfüllen zu können", verdeutlicht Thomas Mümken.

Laufend aktualisiertes Terminal

Für die Auftragsannahme unentbehrlich, werden die Hünxer auf ihrem Stand mehrere systemkompatible Annahmestationen vorführen. Das speziell auf die deutschen und europäischen Konsu-

> Noritsus Inkjet-Lab QSS Green II ist wegen seiner Vielseitigkeit und Zuverlässigkeit bei Fotohändlern, Fotografen und in Fachlaboren gleichermaßen beliebt. *Abb.: Noritsu Precision*

> Das für Portraitfotografen besonders interessante Inkjet-Seidenrasterpapier gibt es als Rollenware mit 127, 152, 203, 254 und 305 mm Breite. *Abb.: M. Wild*

menten abgestimmte Terminal ist dank laufender Anpassungen garantiert stets auf einem technisch aktuellen Stand und obendrein auch preislich besonders attraktiv. Das Herzstück der Station besteht aus einem Dell-Optiplex-PC mit i7-Intel-Prozessor, 8 GB Arbeitsspeicher und 500 GB-Festplatte. Bedient wird das Terminal über einen kapazitiven Touch-Monitor mit einer Bildschirmdiagonale von „üppigen" 23 Zoll. Zur blendfreien Bildbetrachtung und Eingabe kann er leicht geneigt werden. Zur Datenaufnahme dient ein – dank USB3-Anschluss „schneller" Multi-Kartenleserblock AFT DR 7.3 unten am Rahmen des Monitors. Selbstverständlich kann das Terminal auch TIFF- und RAW-Daten auslesen und als Bilder auf dem Monitor darstellen, so dass der Konsument auch von diesen Bilddaten direkt Bilder und Fotomehrwertprodukte bestellen kann. Ferner ist ein Bondrucker für den Auftragsbeleg optional erhältlich. Diese Konfiguration haben die erfahrenen Techniker der Mümken Sales nach eingehenden Kompatibilitätstests mit den Noritsu-Geräten und der ebenfalls eigenen Terminal-Software erstellt und laufend verbessert. Angepasst an die technische Entwicklung wird die Annahmestation mit jeweils aktuellen Komponenten bestückt.

Das System ist aufeinander abgestimmt und wird gepflegt.

Ganz neue Bestellsoftware

Alle auf dem Stand installierten Kundenterminals werden mit der allerneuesten Auftragsannahme-Software versehen sein. Weitergehende Informationen zum flammneuen Programm finden sich im Neuheitenbeitrag ab Seite 35. „Unser Terminal ist seit Jahren bewährt und wird von den Händlern wie den Konsumenten

> Das besonders attraktive Sondermodell D705 Green erfreut sich europaweit großer Beliebtheit. Das vollwertige Inkjet-Gerät für Ein- und Umsteiger kann einseitig wie beidseitig printen.
Abb.: Noritsu Precision

durchweg positiv beurteilt. Das gilt auch für die derzeit verwendete HPT-Software, mit der es arbeitet. Zusammen mit der neuen Bestellsoftware wird es noch mehr Funktionen als bisher bieten", versichert Thomas Mümken. Zudem wird man in Köln App-basierte Anwendungen zur „mobilen" Online-Bildbestellung präsentieren. Zur sprichwörtlich reibungslosen Zusammenarbeit von der Auftragsannahme bis zur Bildausgabe tragen wesentlich auch der EZ Controller sowie die Software Accu-Smart bei. Entscheidend für den Workflow, so Thomas Mümken, sei nicht allein die Hardware, sondern ebenso die durchgängig kompatible Software. Auch diesbezüglich kann der Händler, der Noritsu-Equipment nutzt, sicher sein, weil das Gesamtsystem von Noritsu seit jeher aufeinander abgestimmt und laufend gepflegt wird. Bei den Inkjetgeräten beispielsweise schon seit nunmehr 14 Jahren.

Ganz so, wie man es braucht

Natürlich stehen auf dem Stand die aktuellen trockenen Ausarbeitungsgeräte des Noritsu-Programms im Mittelpunkt. Sie zeichnen sich durch exzellente „Bildqualität", „Vielseitigkeit" und „Erweiterbarkeit" aus. Als Qualitätsbelege werden viele Bildmuster im Umfeld des Geräts präsentiert, wie große 30 cm × 91 cm messende Panoramabilder, Fotokalender, Bildgrußkarten sowie typische Themenfotobücher. Die Erweiterbarkeit belegen beispielhaft Direktausdrucke von PDF-Dateien, wie Zertifikate, Speisekarten, Handzettel. Als letztes „Bild" eines Auftrags können so ein Gutschein, ein Qualitätssiegel zur eigenen Bildproduktion oder ein Werbeflyer fürs eigene Geschäft automatisch erzeugt werden. Natürlich kann der Fotohändler Taschenbeileger auch als zusätzliche Einnahmequelle nutzen, indem er sie als Werbemittel für andere regionale Geschäfte herstellt

> Das aktuelle HPT-Kundenterminal besteht aus einem PC und 23-Zoll-Touch-Monitor mit USB-3-Multikartenleser. *Abb.: fe*

> Wie einfach sich mit dem Opus-Bindesystem Fotobücher mit Hardcover herstellen lassen, wird auch am Noritsu-Stand der Mümken Sales demonstriert. *Abb.: fe*

> Die Fotobuchseiten im Opus-Fotobuch werden durch die stählerne Klemmschiene dauerhaft fixiert und gehalten.
Abb.: M. Wild

und mit seinen Fotoarbeiten verteilt. Ein weiterer Beleg für die Vielseitigkeit ist eine automatische Bildverbesserung von Handy- und Smartphone-Bilddateien. Die Funktion ist Bestandteil von Noritsus Accu-Smart. Wie wirkungsvoll die Bildoptimierung arbeitet, auch darüber können sich Besucher des Standes informieren. Wie hervorragend die Bildprodukte ausfallen, die Noritsus Inkjet-Geräte, aber auch die Noritsu-Nassmaschinen in den verschiedensten Formaten produzieren, dafür sind die vielen Bildmuster auf dem Stand sichtbarer Beweis. Sie verdeutlichen den aktuellen Stand der Bildwiedergabe beider Bildausarbeitungssysteme. Doch nach knapp eineinhalb Jahrzehnten Inkjet-Technologie zeigen sich längst nicht nur Fotoamateure, sondern auch erfahrene Profifotografen und Fachlabore von den Bild-Ergebnissen moderner Inkjet-Geräte positiv überrascht. Gleichwohl haben Betreiber die Möglichkeit, im EZ Controller verschiedene Profile auszuwählen. Das AgX-Profil beispielsweise verleiht den Inkjet-Bildern, die mit einem QSS Green/ QSS Green II oder D705 Green ausgegeben werden, den Charakter fotochemisch ausgearbeiteter Fotos. Demgegenüber werden die Bilder bei Wahl des Inkjet-Profils deutlich lebendiger und kontrastreicher wiedergegeben, was sich aber auch noch individuell anpassen lässt. Somit kann der Betreiber von Noritsu-Geräten sowohl die Liebhaber von AgX-Bildern als auch die kräftiger Inkjetprints leicht zufriedenstellen.

Für jeden Anwender das Optimum

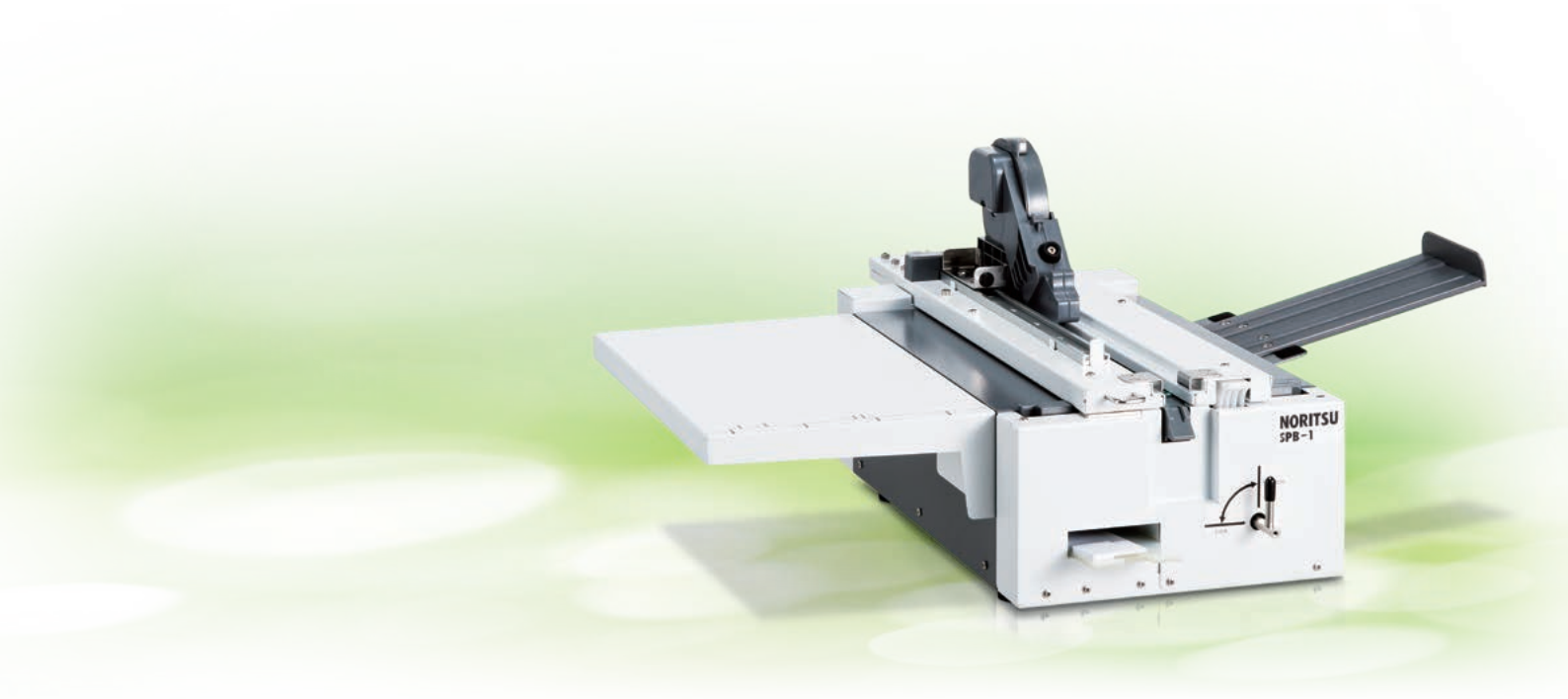
Mit Mustern, die vor Ort produziert werden, wollen die Hünxer die Besucher ihres Standes auch von der Qualität und Güte aller ausgestellten Ausarbeitungsgeräte überzeugen. Mit dem D705 Green präsentiert Noritsu ein nach wie vor besonders attraktives, vollwertiges Inkjet-

> Das QSS Green zeichnet sich durch die Wendeautomatik aus, die den beidseitigen Druck sehr komfortabel gestaltet.
Abb.: Noritsu Precision

Sondermodell für Einsteiger und Umsteiger, das duplextauglich ist. Es eignet sich beispielsweise für den Selbstverarbeitungsneuling, der sich vom Thermosublimationsdrucker trennen möchte. Letztere sind formatmäßig stark eingeschränkt, und der Preis pro Print ist deutlich höher als bei Inkjet-Material.

Mit dem europaweit beliebten D705 Green erwirbt der Fotohändler/Fotograf ein solides Gerät, das einseitig Rollenware und doppelseitig Blattware „bedruckt". Von der Rolle können Bilder bis zum Panoramaformat 25 cm × 60 cm, durch optionales Zubehör bis 25 cm × 171 cm ausgegeben werden. Durch die Duplex-

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



> Eine der Noritsu-Neuheiten, die in Köln vorgestellt werden, ist das Buchbindesystem SPB-1. *Abb.: Noritsu Precision*

Daten und Fakten zur photokina 2016

> Dauer
Vom 20. bis 25. September 2016, täglich von 10.00 bis 18.00 Uhr

> Ort
Kölnmesse, Messegelände Köln-Deutz

> Eintritt
- Tageskarte: 53 Euro (33 Euro VVK)
- 2-Tage-Karte: 85 Euro (53 Euro VVK)
- Dauerkarte: 134 Euro (84 Euro VVK)
- Ermäßigte Tageskarte für Schüler, Studenten, Azubis, Rentner usw. 10 Euro (8 Euro VVK)
- Tageskarte für den Samstag oder Sonntag: 18 Euro (12 Euro VVK)
- Familien-Tageskarte (Samstag oder Sonntag): 36 Euro (25 Euro VVK)
- Katalog: 29 Euro (29 Euro VVK)
- Parkplatz: 10 Euro/Tag/PKW

VVK = Vorverkaufspreise

> Quelle Koelnmesse

funktion eignet sich das D705 Green auch hervorragend für die Eigenfertigung von Bildmehrwertprodukten. Als „Spezialist" im Noritsu-Geräteprogramm gilt das QSS Green, das Rollenware einseitig und Blattware beidseitig bedruckt. Mit einer automatischen Wendeeinheit ausgestattet, ist es ein komfortabler Duplexdrucker zur Fertigung hochwertiger Bildprodukte. Das macht es für alle selbstverarbeitenden Bilddienstleister attraktiv, die sich den stark wachsenden Markt der Bildmehrwertprodukte weiter erschließen wollen. „Mit den neuen Desktop-Modellen und den in der Praxis bewährten Geräten unserer Modellpalette sind wir in der Lage, nun wirklich jedem Anwender für sein Bildergeschäft eine technisch wie wirtschaftlich sinnvolle Lösung zu präsentieren", versichert Thomas Mümken.

Papiere und Bindesysteme

Schon seit geraumer Zeit kann der Noritsu-Distributor auch den Wunsch vieler Fotografen nach einem portraittypischen Inkjet-Papier mit Rasteroberfläche erfüllen. Das gibt es als 100-m-Rollen mit 12,7 cm, 15,2 cm, 20,3 cm, 25,4 cm und 30,5 cm Breite. Während das QSS Green II alle Papierbreiten „verarbeiten" kann, endet es beim D705 Green bei 25,4 cm. Zusätzlich bieten die Hünxer hochwertiges Papier mit ausgezeichnetem Metallic-Effekt als Rollenware mit 30,5 cm Breite und 50 m Länge an. Letztgenanntes eignet sich gut für technische Motive, aber auch für „passende" Portraitmotive, und verleiht den Bildern ein sehr exklusives, edles Aussehen. „Gerade in Kombination mit RAW-basierten Bildern", so Thomas Mümken, „kann der Selbstverarbeiter hochwertigste Metallic-Prints herstellen, mit denen er garantiert nicht im Preiswettbewerb steht." Dass der Selbstverarbeiter etliche Optionen hat, unterschiedlichste Fotobücher zu erstellen, machen die Hünxer anhand etlicher Muster deutlich. Beispielhaft werden auf ihrem Stand Einbände und verschiedene Bindetechniken zu sehen sein. Dazu gehört auch das neues Layflat-Bindesystem SPB1 von Noritsu, das ebenfalls erstmals auf der photokina in Köln vorgestellt werden wird.

Leidenschaft für Innovationen

Die Neuheiten von Noritsu zur photokina

Getreu seinem neuen Slogan „Passion for Innovation“ präsentiert der erfahrene Hersteller von Bildausarbeitungsequipment auf der diesjährigen photokina interessante Neuheiten. Und zwar Hardware wie Software. Denn ohne das gut aufeinander abgestimmte Zusammenspiel von beidem geht in der digitalen Welt rein gar nichts mehr. Zur Abrundung gehört in der Smartphone-Ära natürlich „die App“. Alles da – mehr in dieser Messe-Ankündigung. Auf Sorgfalt, Zuverlässigkeit und Solidität bedacht, präsentiert Noritsu Neues durchweg erst, wenn es tatsächlich marktreif – und damit gut für die Fachkundschaft – ist. Dabei nutzte der Spezialist seine jahrzehntelange Erfahrung und macht das, was er schon immer besonders gut kann. Zum eigenen wie zum Wohl seiner Kunden.

Von der Rolle

Mit zunächst zwei Desktop-Printern einer neuen Gerätefamilie erweitert Noritsu ihre Modellpalette nach unten. Der QSS Smart DR-08 kann bis zu 8 Inch (20 cm), der DR-12 bis zu 12 Inch (30 cm) breite Rollenware aufnehmen und einseitig bedrucken. Zwei Druckköpfe, je einer für Schwarzweiß und Farbe, liefern Bilder in sehr guter Qualität. Anders als bislang bei Noritsu üblich, haben die Druckköpfe eine definierte Standzeit nach der sie gewechselt werden müssen, was – auch das ein Novum in der Noritsu-Historie – der Betreiber mühelos selbst erledigen kann. Dazu sind nur ein paar Handgriffe erforderlich, die dem Patronenwechsel bei Consumerprintern ähneln. Danach braucht nichts eingestellt oder justiert zu werden. Vielmehr ist der Smart-Printer nach dem Kopftausch sofort wieder einsatzbereit. Daher verwundert es auch nicht weiter, dass Noritsu die Köpfe, wie Papier und Tinte, tatsächlich zu Verbrauchsmaterial deklariert, zumal sie eben nicht mehr das teuerste Bauteil des Printers, sondern vergleichsweise preiswert sind. Neu, und anders als an den

> Mit dem QSS Smart DR-08 stellt Noritsu in Köln den „kleineren" von zwei neuen Desktop-Printern vor. Er nimmt 100-Meter-Papierrollen bis zu einer Papierbreite von 203 mm (8 Inch) auf. *Abb.: Noritsu Precision*

bisherigen Modellen des Hauses, ist nämlich auch die Inkjet-Technik, an der Noritsu als Mitentwickler beteiligt war. Immerhin verfügt man über 14 Jahre praktische Erfahrung mit Inkjet-Systemen. Statt der mit vier Farben und „Dot Size Manipulation" arbeitenden Drucktechnik setzt Noritsu bei den neuen Desktop-Printern auf sechs Farben. Light Magenta und Light Cyan sind hinzugekommen. Die sechs Farbkartuschen mit je 250 ml Inhalt sind zum Wechseln leicht von oben erreichbar. Gleiches gilt für die Papierrolle, die hinter der Frontblende ihren Platz hat. Sie ist – unabhängig von der Papierbreite – stets 100 Meter lang, statt nur 65 Meter, wie bei Wettbewerbern, was die Rollenwechsel minimiert und die Produktivität erhöht. Noritsu liefert für die Geräte nicht nur eigene Tinten, sondern auch eigene Papiere, und zwar in Breiten von 10,2, 12,7, 15,2, 20,3 und 30,5 cm. Die variable Papierschrittlänge ist je nach Papierbreite von max. 457 mm (bei 102er Breite) bis 1757,7 mm (bei 152er Breite oder breiter) millimeterweise einstellbar.

Für die Solidität und Zuverlässigkeit der neuen Smart-Printer spricht nicht nur ihr standfestes Leergewicht von etwa 30 beziehungsweise 32 kg, einschließlich der breitesten Papierrolle von etwa 38 oder 40 Kilogramm. Dafür spricht auch ihre mechanische Haltbarkeit, die Noritsu mit etwa 300.000 Prints (in fünf Betriebsjahren) beziffert. Dazu trägt die Verwandtschaft zur D- und Green-Serie bei, von denen Noritsus Smart-Printer Gene mitbekommen haben. Somit sind die beiden Jüngsten natürlich auch kompatibel mit den bisherigen Noritsu-Systemen. Das zeigt sich an einer praktischen Anwendung, bei der beispielsweise zwei der Desktop-Printer mit unterschiedlich breiten Papierrollen via EZ Controller komfortabel von einem Annahmeterminal angesteuert werden. Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal ist die hohe Varianz bei der Luftfeuchtigkeit. Anders als die Geräte der Wettbewerber, die bei einer Luftfeuchtigkeit von 30 bis 70 Prozent printen können, hat Noritsu mit Rücksicht auf die verschiedenen Klimazonen, in denen ihre Smart-Printer weltweit zum Einsatz kommen sollen, das Luftfeuchtigkeitsspektrum dieser Modelle auf 5 bis 85 Prozent erweitert.

Mit Blick auf den weltweiten Markt waren im Pflichtenheft die angestrebten Entwicklungsziele für die neuen Geräte klar

> Die sechs Tintenkartuschen – mit je 250 ml Inhalt – sind gut von oben zu erreichen und dadurch bequem auszutauschen. *Abb.: Noritsu Precision*

> Wie die Bezeichnung verrät, eignet sich der „größere" DR-12 zur Ausgabe auf Papierrollen mit bis zu 12 Inch Breite (305 mm). Das macht diesen Desktop-Printer attraktiv für Selbstverarbeitungseinsteiger und als Ergänzung zu bestehenden Systemen, die aber keine 30er Papierbreiten schaffen.
Abb.: Noritsu Precision

definiert: niedrige Anschaffungs-, Unterhalts-, Materialkosten und ein möglichst günstiger Bildproduktionspreis. Damit spricht der bekannte Hersteller nun ganz gezielt die Selbstverarbeiter des Einstiegssegments an, denen die Investition in eines der bisherigen Noritsu-Modelle nicht möglich war. Sei es, weil dafür ihr Auftragsaufkommen zu niedrig war, sei es, weil ihnen die Anschaffungshürde schlicht zu hoch war. Auch Betreiber älterer Ausarbeitungsgeräte oder von Modellen, die keine 30er Papierbreiten verarbeiten können, bietet sich mit Noritsus Smart-Printern eine zweckmäßige Möglichkeit zum Gerätewechsel oder zur Ergänzung des vorhandenen Equipments an. Beide Smart-Printer sind 390 mm hoch und 500 mm lang, bei ausgeklappter Frontblende beträgt die Länge insgesamt etwa 762 mm. Lediglich in der Breite unterscheiden sich die Geräte. Da misst das 8-Zoll-Modell 460 mm und das 12-Zoll-Gerät 560 mm. Lieferbar werden die Neuen ab Oktober dieses Jahres sein.

Im Geschäft, daheim und unterwegs

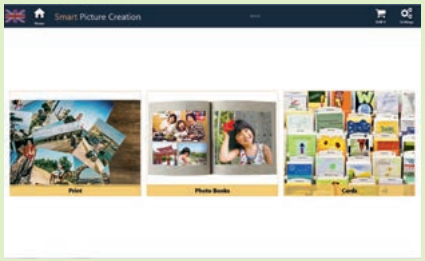
Wohl kaum ein anderes Produkt erfährt fortlaufend und in so kurzen Intervallen so viele kleine und große Änderungen und Erweiterungen wie Software. Was der verzweigungs- und verknüpfungsbedingten Komplexität sowie der immerwährenden Anpassungsaktualisierung geschuldet ist. Deshalb wird Software während ihres Lebenszyklus' auch gern ironisch als „Endlosprojekt" bezeichnet. Bereits 2008 stellte Noritsu ihre Terminalsoftware mit der Bezeichnung „High Photo Transfer", im allgemeinen internen wie externen Sprachgebrauch kurz „HPT" genannt, vor. In enger Zusammenarbeit mit den internationalen Partnern wurde sie behutsam stetig weiterentwickelt und dabei den Konsumentenwünschen an eine leicht zu bedienende Bestellsoftware wie an die maschinellen Gegebenheiten des Noritsu-Geräteparks angepasst. Inzwischen firmiert HPT unter der Versionsnummer 7.5.2. Nach umfassenden Studien und der Auswertung weltweiter Tests entschieden sich Noritsu und ihre Vertriebspartner dazu, eine von Grund auf neue Bestellsoftware zu entwickeln, wobei HPT als gute Basis diente – und blieb. Nun liegt das Produkt vor, dessen neue Version dem Fachpublikum in Köln vorgestellt wird. Die neue Kiosksoftware wird – wie schon HPT – wieder aus zwei Teilen bestehen, einer Version für die interne Auftragsabwicklung beim Händler und einer Version, die der Konsument am Terminal beim Händler zur Vor-Ort-Bestellung oder daheim am eigenen Rechner zur Onlinebildbestellung nutzt. Was bei HPT die Terminal- und Onlinesoftware „Photo & Book" ist, wird bei der Neuen wohl unter „Smart Picture Creation" firmieren. Und die HPT-Version „Lab2", die der Selbstverarbeiter zur Auftragsabwicklung verwendet, heißt im neuen Programm vermutlich „Smart Picture System". Ein Merkmal der Neuen ist, dass nun erstmals auch die Nutzer von Mac-Rechnern ihre Onlinebildbestellung beim Händler vornehmen können, weil die neue Software dafür ein „Mac-Modul" beinhaltet. Allerdings werden die Annahmestationen beim Händler weiterhin Windows-basiert bleiben, weil es von Apple nun mal keine großen Touch-Monitore gibt. Mit der neuen Betriebssoftware stellt Noritsu auch eine App zur mobilen Onlinebildbestellung vom Handy, Smartphone oder Tablet des Kunden an seinen Fotofachhändler vor. Die Applikation für die Betriebssysteme Windows, Mac OS und Android ist so konfiguriert, dass die mobile Bestellung

> Bis zu acht Kilogramm wiegt eine 100-Meter-Papierrolle maximaler Breite, mit der die Printer bestückt werden.

Abb.: Noritsu Precision

> Im Handumdrehen kann der Betreiber die beiden Druckköpfe selbst wechseln. Danach ist kein Abgleich nötig, vielmehr kann sofort wieder geprintet werden.

Abb.: Noritsu Precision



> So wird die Startansicht der neuen Terminalsoftware für den Konsumenten aussehen. Natürlich wird es die mehrsprachige Bestellsoftware auch in einer deutschsprachigen Version geben.

Abb.: Noritsu Precision

> Einfach und übersichtlich wird die Bildauswahl auf dem Monitor des Terminals dargestellt.

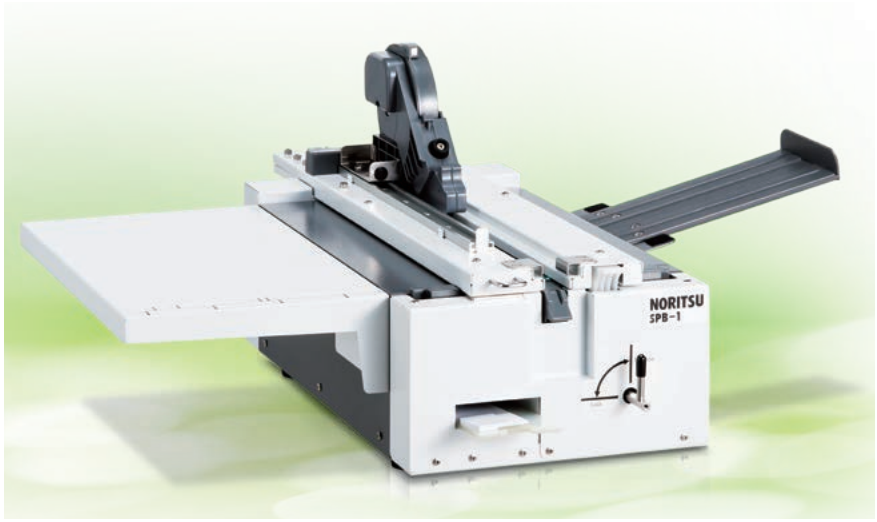
Abb.: Noritsu Precision

> Im oberen Teil der Ansicht findet der Kunde die übersichtliche Auftragszusammenfassung. Im unteren werden dem Kunden freibleibend weitere Bild-Produkte offeriert.

Abb.: Noritsu Precision

des Verbrauchers ausschließlich den kundenspezifisch vorgewählten Fotohändler erreicht. Wie schon bei HPT üblich, wird die Bedienoberfläche am Kiosk, daheim am PC und – angepasst an die Darstellungsform des Smartphones/Tablets – für den Konsumenten weitgehend identisch sein. Ein Vorteil, den Verbraucher wegen des vertrauten Bestellablaufs schon lange an HPT schätzen.

Das Erscheinungsbild der neuen Software unterscheidet sich deutlich vom dem, das der Händler und der Konsument bisher von HPT gewohnt sind. Gleichwohl bleibt die Kioskversion im Kern HPT-verwandt. Ähnlich geblieben ist auch der Workflow, was hohe Betriebssicherheit und Laufstabilität des neuen Programms erwarten lässt. Da der Funktionsumfang der neuen Software wohl schon zu Beginn größer sein wird als der derzeitige von HPT und rasch laufend erweitert werden soll, musste die Bedienoberfläche entsprechend angepasst werden. Damit ging auch eine zeitgemäße Modernisierung des Layouts einher, die sich unter anderem daran orientierte, was heute bei Smartphones und rechnerbasierten Selbstbedienabläufen üblich und praktisch ist. So fällt an der Neuen bei-



> Mit dem neuen Noritsu SPB-1 lassen sich Layflat-Fotobücher leicht und schnell klebebinden. *Abb.: Noritsu Precision*

> Der Spezialklebestreifen im Bundfalz fällt bei dieser Layflat-Bindung kaum auf. *Abb.: Noritsu Precision*

spielsweise ein eigenes erweiterbares Funktionsmenü auf. In ihm findet sich neben den aus HPT bekannten Funktionen nun auch eine Bestelloption für Layflat-Fotobücher. Zum Standard des Programms gehört ferner das verkaufsanimierende Verzahnen von Bildprodukten, auf die der Konsument beim Bestellen hingewiesen wird. Eine Option, die der Fotohändler aber auch anpassen oder abschalten kann. Gegenüber HPT neu ist, dass während des Bestellvorgangs Hinweise und Fortschrittsbalken dem Kunden die Orientierung erleichtern. Es ist leicht möglich, Bedienschritte zu überspringen oder zu vorherigen zurückzuspringen. An internationale Standards angepasst, soll die neue Software für Verbraucher wie für die sie nutzenden Selbstverarbeiter noch komfortabler und bedienerfreundlicher sein als die jetzige. Die von HPT bekannte Bezahlfunktion für die Kioskversion wird unverändert bleiben. Für die Online-Version der Software wird es ein Payment-System geben, allerdings stand bis zum Redaktionsschluss dieser Ausgabe noch nicht fest, ob man weltweit eines anbieten kann, oder ob man um verschiedene, kontinental begrenzte nicht umhinkommt. Wie schon bei HPT, so ist auch die neue Kiosksoftware mehrsprachig angelegt.

Natürlich ist die Neue abwärtskompatibel, was bedeutet, dass sie mit allen aktuellen und vielen älteren Noritsu-Systemen – den Ausarbeitungsgeräten wie dem HPT-Terminal – über den EZ Controller kommuniziert und funktioniert. Die Zusammenarbeit ist mit allen Noritsu-Digitaldruckern, gegebenenfalls mit Hilfe optionalen Zubehörs, möglich. Schließlich kann und wird die neue Software von Betreibern auf bestehenden Systemen genutzt werden. Zwar gilt die neue Softwareversion als der Nachfolger der bisherigen, dennoch besteht für die Nutzer von HPT kein Anlass zur Sorge, denn HPT wird bis auf weiteres parallel weiterlaufen und gepflegt, allerdings nicht mehr weiterentwickelt und um neue Funktionen erweitert. So kann ein Selbstverarbeiter beispielsweise die neue Software auf einem seiner HPT-Terminals testen und auf den anderen HPT-Terminals noch mit der bisherigen HPT-Software weiterarbeiten. Ist er dann von der neuen überzeugt, kann er auch die anderen Terminals darauf umrüsten. Neuinstallierte Terminals werden gleich mit der neuen Betriebssoftware versehen.

> „Wir haben das professionellere System."

Ganz einfach zum Layflat-Fotobuch

Eine weitere Eigenentwicklung, die Noritsu auf der photokina vorstellen wird, ist das rein mechanisch arbeitende SPB-1. Mit dem preiswerten und einfach zu bedienenden Gerät ist es sprichwörtlich kinderleicht, ein Layflat-Fotobuch zu binden. Diese Art der Bindung ist deshalb besonders beliebt, weil die Buchseiten nach dem Aufschlagen des Fotobuchs plan liegen. So ermöglichen sie dem Betrachter den ungetrübten Blick auf die beiden sich gegenüberliegenden Buchseiten oder das sich daraus ergebende Panoramabild. Dagegen führen andere Bindetechniken systembedingt dazu, dass sich die aufgeschlagenen Buchseiten links und rechts vom Bundfalz leicht wellenförmig wölben.

Das stabile, 11 kg wiegende SPB-1-Bindegerät besteht aus einem Korpus mit linker und rechter Auflage für die Buch- und Coverseiten, wobei eine der Flächen

> **Exakt ausgerichtet und fixiert werden die Seiten mit einem transparenten Spezialklebeband verbunden. Dazu führt der Operator das Schlittenelement mit dem Spender von oben nach unten über den Bundfalz.** *Abb.: Noritsu Precision*

Bewährter Komfort

Es gibt mehrere Möglichkeiten, einen Drucker zur Ausgabe zu bewegen. Bei der einfachsten bedient man sich eines Druckertreibers, wie das verschiedene Anbieter von Bildausarbeitungsgeräten nach wie vor praktizieren. Allerdings ist diese Arbeitsweise eher mühsam, weil beispielsweise für jeden Formatwechsel, der bei einem digitalen Bilderauftrag eher die Regel denn die Ausnahme ist, die Startprozedur erneut aufgerufen und aktiviert werden muss. Anders ist das bei Noritsus EZ Controller. Noch zu Analogzeiten für die hauseigenen Maschinen entwickelt, wurde er kontinuierlich weiterentwickelt und „digital optimiert" – bis zum heutigen Tage und fürs gesamte Noritsu-System. Der EZ Controller – eine Software, die auf einem angeschlossenen oder integrierten Rechner läuft – managt den Workflow der Aufträge, die vom Terminal oder online eingehen, und reicht sie richtig aufbereitet an das oder die systemkompatiblen Ausarbeitungsgeräte weiter. Und zwar kontinuierlich! Er arbeitet – sehr vereinfacht dargestellt – ähnlich wie ein automatisches Stellwerk, das die verschiedenen Züge auf dem jeweils richtigen Gleis zum Zielbahnhof führt. Gäbe es den EZ Controller nicht, er müsste erfunden werden, denn als Systemsoftware fürs Auftragsmanagement ist er einfach unentbehrlich. Das wird jeder bestätigen, der weiß, wie mühsam das Ausdrucken via Druckertreiber und wie komfortabel dagegen die gleiche Prozedur mit dem EZ Controller zu erledigen ist. „Wir haben", so Dipl.-Ing. Thomas Mümken, „mit dem EZ Controller das deutlich professionellere System."

vertikal beweglich ist und fixiert werden kann. In der Mitte des Geräts befindet sich ein Schlittenelement mit Rollenspender und integrierter Schneidklinge, das präzise in einer Metallschiene geführt wird. Zum Binden mit dem SPB-1 werden die Seiten, die sich im Buch jeweils gegenüberliegen, auf den Ablagen positioniert. Anschläge und Formatmarkierung erleichtern das Ausrichten und die exakte Lage der Seiten zueinander. Mechanisch unverrückbar fixiert, fährt der Operator mit dem Spenderelement von oben nach unten über den Bundfalz und verbindet die Seiten mit einem transparenten Spezialklebeband. Klebebandüberhänge oben und unten lassen sich einfach mit einem gesonderten Cuttersegment manuell abtrennen, das zum Lieferumfang des SPB-1 gehört. Auf diese Weise entsteht der Buchblock, der in ein Soft- oder Hardcover eingesetzt werden kann. Beim Verbinden des Hardcovers mit dem Buchblock vereinfacht das SPB-1 mit seiner großen Auflagefläche und dank der flexibel zu positionierenden Anlagesegmente die exakte Montage.

Abhängig von der Papierstärke der Fotobuchseiten lassen sich mit dem Gerät 10 bis maximal 80 Seiten in allen gängigen Formaten von 152 mm (5 Inch) bis 305 mm (12 Inch) binden. Somit kann der Fotohändler mit dem SPB-1 quadratische 15×15-, 20×20-, 30×30-cm-Fotobücher, aber ebenso hoch- wie querformatige in 20×25 und 20×30-cm (A4) klebebinden. Als Verbrauchsmaterial liefert Noritsu dazu – wie auch zu den hierzulande unüblichen Letterformaten – passende Hardcover. Die Zeit fürs Binden eines zwanzigseitigen 20×20-cm-Fotobuchs mit dem SPB-1 beziffert Noritsu mit etwa zehn Minuten. Während die reine Stellfläche des Geräts – mit allen Auszügen – maximal 559×637 mm beträgt, empfiehlt der japanische Hersteller einschließlich Handlings- und Montagezone eine Mindestarbeitsfläche von etwa einem Quadratmeter. Das neue Klebebindungsgerät wird schon kurz nach der photokina – ab Oktober dieses Jahres – lieferbar sein.

Ihre persönlichen Ansprechpartner

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

> Ost- / Südostdeutschland
Majo G. König
0173-9 12 66 50
majo.koenig@ditms.de

> West- / Südwestdeutschland
Mirko Wild
0172-2 05 80 34
mirko.wild@ditms.de

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

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

> Deutschland > Österreich > Schweiz
> Benelux > Dänemark > Schweden > Norwegen
> Finnland > Estland > Lettland > Litauen
> Belarus > Ukraine > Moldawien > Ungarn
> Frankreich > Polen > Tschechien > Slowakei

> Disposition und Bestellannahme für Verbrauchsmaterial
Ralf Paulsen
+ 49 (0) 28 58-5 82 43 15
ralf.paulsen@ditms.de

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

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

> Support Technik und Logistik
Wolfgang Borges
+ 49 (0) 28 58-5 82 43 21
wolfgang.borges@ditms.de

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

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

Mümken Sales GmbH

Hol dir deinen **Fotomehrwert** bei **NORITSU**.

Für die besten Momente im Leben!

Die Welt der Fotos ist unser zuhause.

Wir machen aus den besten Momenten im Leben brillante Fotoabzüge, Grußkarten, Fotobücher und vieles mehr.

Mümken Sales GmbH

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