

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging

Herausgeber: Urs Tillmanns

Band: 9 (2002)

Heft: 19

Artikel: Ergänzung zum Minilab oder eigenständige Bildausgabestelle?

Autor: Rolli, Werner

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-979732>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 24.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

fotokiosk Ergänzung zum Minilab oder eigenständige Bildausgabestelle?

Was genau ist eigentlich ein Fotokiosk und wie funktioniert er? Grundsätzlich können die Kiosksysteme in drei Arten eingeteilt werden.

Order Station, welche die digitalen Bilddaten auf eine CD brennen, die an ein Grosslabor weitergegeben wird. Der Kunde erhält die Bilder mit der CD zugesandt.

Digital Station, welche direkt mit einem Minilab gekoppelt sind. Die Bilder werden sofort verarbeitet und können nach kurzer Zeit abgeholt werden.

Digital Print Station, die über einen Inkjet- oder Thermosublimationsdrucker die bestellten Bilder sofort ausdruckt.

Die einfachste Variante, die «Order Station», ist im Grunde genommen lediglich eine Annahmestelle für Bildaufträge. Der Kunde kann seine Speicherkarte in einen dafür vorgesehenen Schlitz einführen, anschliessend werden die Daten auf eine CD-ROM gebrannt. Diese wird in ein Grosslabor verschickt, wo die gewünschten Abzüge angefertigt werden. Man könnte diese Art von Kiosk mit herkömmlichen Annahmestellen für Filme vergleichen, bei denen der Kunde seinen Film in einen Umschlag legt, diesen beschriftet und abgibt. Diese so genannte Order Station könnte auch per ISDN-Leitung mit einem Grosslabor oder mit dem Minilab eines Fachgeschäfts verbunden werden.

Zwei Jahre Erfahrung mit Bestellstationen

Pro Ciné kann in der Schweiz auf die längste Erfahrung mit Orderstations zurückblicken. Schon vor zwei Jahren, als viele der heutigen Lösungen erst im Prototypenstadium waren, hat das Wädenswiler Grosslabor mit «Telepix» erste Gehversuche gemacht.

Der Begriff «Fotokiosk» geistert seit geraumer Zeit durch die Fachmedien. Geradezu magisch soll der Fotokiosk die Kundschaft anziehen und zum Ausbelichten von Digitalbildern animieren. Welche Hoffnungen setzt man in der Branche auf die Kiosklösungen?



Durch Fotokioske werden Fotogeschäfte wieder attraktiver: Viele Kunden schätzen die Möglichkeit der Selbstbedienung.

«Der Schritt war für uns damals offensichtlich und der Trend klar vorgezeigt» meint Piet Bächler, Marketingleiter der Pro Ciné. «Heute offerie-

den einen Topservice zu bieten. Wir wollen auch jenem Fachhändler, der noch kein Minilab hat, die Möglichkeit geben, die digitalen Daten sei-



Das Kodak Picture Maker ist modular ausbaubar.

ren wir mit zwei verschiedenen Bestellstationen dem Fachhändler eine gute Infrastruktur, um dem Digitalkun-

entwickelt. Die sehr kostengünstigen Einheiten können mit von Pro Ciné gelieferten Minilabs direkt vernetzt werden, oder man brennt eine CD, die an das Grosslabor geschickt wird.

Kiosklösung im modularen System

Kodak geht mit der Picture Maker einen Schritt weiter. Das System ist modular aufgebaut und kann vom Fachhändler jederzeit seinen wachsenden Bedürfnissen entsprechend erweitert werden. Können bei einer gewöhnlichen Order Station lediglich Prints ab digitalen Medien bestellt werden, bietet die nächste Ausbaustufe namens «Digital Station» bereits 10x15 Fotos inner wenigen Minuten. Gleichzeitig können sowohl die Order Station als auch die Digital Station CDs mit Bilddaten brennen. Peter Wagen, Consumer Imaging und Sales Manager bei Kodak SA, erklärt: Der Kunde kann wählen, ob er die ganze Speicherkarte auf CD brennen, oder einzelne Bilder übertragen oder ausprinten will.

«Beim Picture Maker kann der Kunde wählen, ob sämtliche Daten seiner Speicherkarte oder nur die zu bestellenden Bilder heruntergeladen werden sollen.»

Peter Wagen, Kodak SA, Renens

ner Kunden fachgerecht zu handhaben. Zudem ist eine digitale Bestellstation im Laden auch ein Kompetenzausweis gegenüber dem Digitalkunden.»

Die beiden Bestellstationen von Pro Ciné – das günstigere Modell ohne Display, das teurere mit – wurden von CeWe

Digitale Printstationen drucken Bilder sofort aus

Stationen, die innert kurzer Zeit Bilder ausgeben können, funktionieren entweder nach dem Thermosublimationsprinzip oder im Inkjet-Verfahren. Die Meinungen, welches Medium sich in Zukunft behaupten wird, gehen aus-

einander. Bei Kodak setzt man stark auf Thermosublimation, hier wurden auch an der photokina neue Drucker vorgestellt, die schnell und wirtschaftlich arbeiten. Bisher galt die Thermosublimation als zu teuer und zu langsam. Bei



«Wir wollen auch den Fachhändlern ohne Minilab die Möglichkeit geben, ihren Kunden einen vollen Digitalservice zu bieten.»

Piet Bächler, Pro Ciné, Wädenswil

Inkjet Verfahren fallen hohe Kosten bei den Verbrauchsmaterialien an.

Ist Silberhalogenid «out»?

Fujifilm hat neu das «Print-Pix» genannte Verfahren, das die sofortige Ausgabe von Bildern ermöglicht. Das Printsystem verwendet ein spezielles Papier, dass seine eigenen Farben generiert, wenn es starker Wärme ausgesetzt wird. Diese werden anschliessend durch UV-Licht innerhalb des Gerätes fixiert. Der Vorteil des Systems: Es fallen keine Abfallprodukte wie Farbbänder oder Tintenpatronen an. Walter Weber ist allerdings überzeugt: «Zur Zeit ist Silberhalogenid immer noch das beste in puncto Kosten und Haltbarkeit. Die Konkurrenz scheitert an den hohen Materialkosten».

Wird vom Kunden eine Produktheit gewünscht?

Mit der Print Station der Picture Maker Familie von Kodak können neben Bildern in Postkartengrösse auch Vergrösserungen bestellt und ausgegeben werden.

Das System kann gekoppelt werden mit einem Scanner, um den vielfach geäusserten Kundenwunsch nach «Bild-ab-Bild» zu erfüllen. Neben einfachen Bildern kann der Kunde bei Kodak auch Grusskarten oder Sticker selbst herstellen.

Soll der Kunde den Bildkiosk selbst bedienen?

Die Frage, die sich bei einer Order Station stellt, ist die, ob der Kunde bereit oder in der Lage ist, sie selbst und ohne fachliche Anleitung zu bedienen. Walter Weber, Marketing-

se Funktions-Auswahl bieten. Oft kann nämlich der Bildausschnitt noch bestimmt und die Ausgabeform- oder Grösse gewählt werden.

Daneben gibt es auch PC-basierte Eingabesysteme wie das Pixtasy von Agfa. Pixtasy



Pro Ciné bietet zwei Varianten mit oder ohne Bildschirm.

braucht keine PC-Kenntnisse, manche Händler lassen ihre VIP-Kunden selbst mit Pixtasy

und Verkaufsleiter Consumer Imaging bei Agfa-Gevaert AG Schweiz meint, dass eine reine Selbstbedienungsstation eher eine Illusion sei. Agfa hat in der Schweiz mehrere «E-Box» genannte An-



«Die generelle Selbstbedienung der Fotokioske halte ich für eine Illusion. Viele Kunden brauchen eine fachliche Unterstützung.»

Walter Weber, Agfa-Gevaert AG

nahmestationen installiert und die Erfahrung gemacht, dass es viele Kunden gibt, welche die E-Box selbst bedienen. Doch bergen manchmal die einfachsten Funktionen ihre Fallstricke. Dann muss das Personal dem Kunden

hantieren. Der Kundenbindungseffekt ist damit fast schon garantiert.

Peter Wagen von Kodak SA weist aber darauf hin, dass die Picture Maker nicht als Selbstbedienungsstationen gedacht sind. Nach wie vor, so



Die Fuji Order Station hat den grössten Bildschirm.

weiterhelfen. Das gilt insbesondere bei Stationen, die dem Konsumenten eine gros-

ist Wagen überzeugt, wollen Kunden beraten werden.

Hingegen ist Jean-Jacques Bill, Direktor und Country Manager von Polaroid AG Schweiz, der Überzeugung, dass gerade der Selbstbedie-

nungsaspekt einer Kiosklösung gewisse Vorteile habe. Er sieht den von Polaroid entwickelten und von Gretag Imaging hergestellten «Instant Digital Kiosk» als Chance für Verkaufspunkte mit hoher Kundenfrequenz. Eine Bedienung durch das Verkaufspersonal ist nach Ansicht Bills nicht nötig, die Maschine ist innert rekordverdächtigen 20 Minuten wieder mit neuen Medien geladen. Der Instant Digital Kiosk soll, wenn es installiert ist, 24 Bilder innert zwei Minuten ausgeben können. Eine speziell entwickelte Software optimiert die Bilder, die laut Jean-Jacques Bill mindestens zehn Jahre haltbar sind – richtig gelagert sogar länger. Ermöglicht wird das hohe Tempo durch ein neu entwickeltes Thermoverfahren. Ausserdem



Der Agfa Cube ist der kleine Bruder der bekannten e-box.

gibt der Instant Digital Kiosk nur eine Bildgrösse aus und



«Der Kunde muss die Möglichkeit haben, die Order Station selbst zu bedienen. Alles andere macht gar keinen Sinn.»

Alexander Link, Fujifilm (Switzerland) AG

lässt auch keine Bildbearbeitung oder Wahl des Bildausschnitts zu.

Auch Alexander Link, Product Manager Digital Imaging bei Fujifilm Schweiz AG ist der Ansicht, dass der Kunde in

der Lage ist, ein Kiosksystem selbst zu bedienen. «Etwas anderes macht gar keinen Sinn», ist Link überzeugt. Nach seiner Meinung soll der Kunde beim ersten Besuch beraten werden, sobald er mit dem System vertraut ist, kann er die Anlage selbst bedienen. Das «Order it» von Fujifilm ist ausbaubar. Es speichert die Daten auf eine Magneto-Optische Disk, die im Labor in

se Anzahl Bilder auszuprinten. Denn, so gibt Bill zu bedenken, «zur Zeit werden nur vier Prozent aller Digitalbilder ausbelichtet. Der Fachhandel tut gut daran, diese Kunden zurückzugewinnen». Spinnt man den Faden hier noch etwas weiter, könnte man sich auch Kiosksysteme an Orten vorstellen, die stark von Touristen frequentiert werden, Aussichtspunkte,



Die Gretag-Lösung in extravagantem Design.

Dielsdorf verarbeitet wird. Das System kann aber in einer späteren Phase auch mit einem Pictography oder mit einem Minilab der Frontier Familie gekoppelt werden.

Wo macht ein Bildkiosk Sinn?

Wer soll den Instant Digital Kiosk installieren - Discounter, Fachhändler, Supermarkt? «Alle drei», ist Bill überzeugt, «vor allem dort wo hohe Konsumenfrequenzen den Einsatz rechtfertigen». Er sieht Vorteile für den Kunden der «nur schnell einmal seine Bilder ausprinten will, damit die Speicherplatte wieder frei wird.» Vorteile sieht Bill auch für den Fachhandel: Der Kiosk holt Digitalfotografen ins Geschäft zurück bietet schnell und ohne grossen Aufwand, sowohl für Kunden wie für Händler, die Möglichkeit, innerst kürzester Zeit eine gros-

als Selbstbedienungsladen konzipiert sind. Man setzt bei Kodak auf den Fachhandel, der im Laden auch Beratung und Betreuung bietet. Er ist aber überzeugt, dass Menschen, die eine Digitalkamera bedienen können, auch in der Lage sind, eine Order Station zu bedienen.

Ich äussere weitere Bedenken, wie zum Beispiel diese: Speicherplatten weisen eine



«Der Kiosk holt den Digitalkunden ins Geschäft zurück. Das ist eine grosse Chance für den Fotofachhandel. »

Jean-Jacques Bill, Polaroid AG

Hotels, Souvenirläden, Drogerien und anderes mehr...

Ich spreche Peter Wagen von Kodak auf diesen Selbstbedienungsaspekt an. Er gibt zu bedenken, dass die komplexeren Systeme nicht unbedingt

steigende Kapazität auf. Die XD-Card beispielsweise soll dereinst bis zu 8 GB Speicherplatz bieten. Eine CD, wie sie bei den Order Stations zum Einsatz kommt hingegen nur gerade 700 MB. Peter Wagen

weist auf die bis jetzt gemachten Erfahrungen hin. Die meisten Kunden wählen nur eine bestimmte Anzahl ihrer Bilder aus, bestellen dafür aber von vielen Bildern gleich mehrere Abzüge. Wünsche ein Kunde, sämtliche Daten zu transferieren, könne er mehrere CDs in Serie brennen.

Welche Zukunft haben Kiosksysteme?

In der Branche herrscht Einigkeit darüber, dass nur die digitale Ausgabe von Bildern Zukunft hat. Außerdem braucht es dringend Anreize, um Kunden, die digital fotografieren und ihre Bilder nicht ausbelichten lassen, in den



Die Polaroid Print-Station wird von Gretag gebaut.

Ein BRAVO der Bravo DiscFactory!

DVD

Brennen 40x
Druck 2440 dpi
CD-R oder DVD-R

ONE STOP SHOP

PRIMERA Bravo

Den Primera Bravo an den PC über FireWire und USB Schnittstelle anschliessen und sofort loslegen mit dem beiliegenden SureThing CD Labelgestaltungprogramm und Veritas Produktionssoftware.

50 TayoYuden CD-Rohlinge gratis

Ab Fr. 2'990.– (zzgl. MwSt)

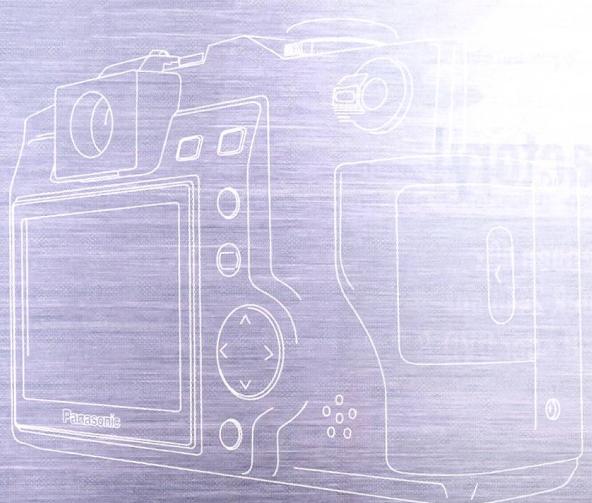
Eurebis®
CD & DVD-Technologie

Eurebis AG, Laubisrütistrasse 24, 8712 Stäfa,
Tel. 01 928 30 00, Fax 01 928 30 01,
info@eurebis.ch, www.eurebis.ch

Laden zurückzubringen. Dazu gibt es verschiedene Möglichkeiten, wobei wohl jeder Händler die für ihn richtige Lösung finden muss. Walter Weber von Agfa-Gevaert hat die Erfahrung gemacht, dass Händler lieber eine Anlage wählen, die mehr Funktionen und vor allem auch Erweiterungsmöglichkeiten bietet. Während man bei Fujifilm und Polaroid eher auf Selbstbedienung durch den Kunden setzt, ist man bei Kodak und Agfa der Meinung, dass der Kunde durch geschultes Verkaufspersonal beraten werden sollte. Fest steht, dass die Zukunft für Order Stations, Printmaker und Co. erst begonnen hat.

Werner Rolli

Ideal für Paparazzi. Scharfe Bilder, ohne nachhelfen zu müssen.



Sicher kein Gerücht: Die neueste Panasonic Digitalkamera schießt Bilder, die bezüglich Schärfe keine Fragen offen lassen. Schliesslich bannt das LEICA DC VARIO-SUMMICRON-Objektiv Fotos auf einen CCD-Chip, dem dank 4 Mio. Pixel kein Detail entgeht. Bis zu 258 Bilder passen auf die mitgelieferte 32-MB-SD-Memory-Card. Oder ein Videofilm fürs Internet. Was die DMC-LC5 sonst noch auf dem Kasten hat, darüber können Sie sich online ein Bild machen: www.panasonic.ch

are you
Panasonic