

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging

Herausgeber: Urs Tillmanns

Band: 11 (2004)

Heft: 1

Artikel: Stutz rein, Print raus : neues von Fotokiosken und Bildhandys

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-979391>

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: 03.01.2026

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

labor Stutz rein, Print raus – Neues von Fotokiosken und Bildhandys

Die Digitalwelle bewegt ein neues Segment der Bildverarbeitung: Fotokioske. Stationen an denen die Konsumenten ihre Bilder selbst von der Speicherkarte oder aus dem Fotohandy ausdrucken, sind im Aufwind. Während zur Zeit nur Geräte von Fujifilm, Ilford, Kodak, Sony und der schweizerischen Typon angeboten werden, dürften es nach der PMA bald ein paar mehr sein.

Begriffsverwirrung

Was gemeinhin als «Fotokiosk» bezeichnet wird, sollte heute auf Grund des aktuellen Geräteangebotes differenziert werden:

- Es gibt einerseits reine **Bildeingabestationen**, an denen der Kunde selbst oder unter Anleitung eines Verkäufers seine digitalen Bilddaten eingibt, die dann von einem direkt angeschlossenen Minilab oder in einem Zentrallabor verarbeitet werden (siehe auch Fotointern 19/02).
- Seit kurzem werden **Bildautomaten** angeboten, die mit einem Münzeinwurf oder Kreditkarteneingabe an guter Passantenlage dazu dienen, Bilder auf einfache Weise direkt ab Digitaldaten ohne personelle Hilfe herzustellen.

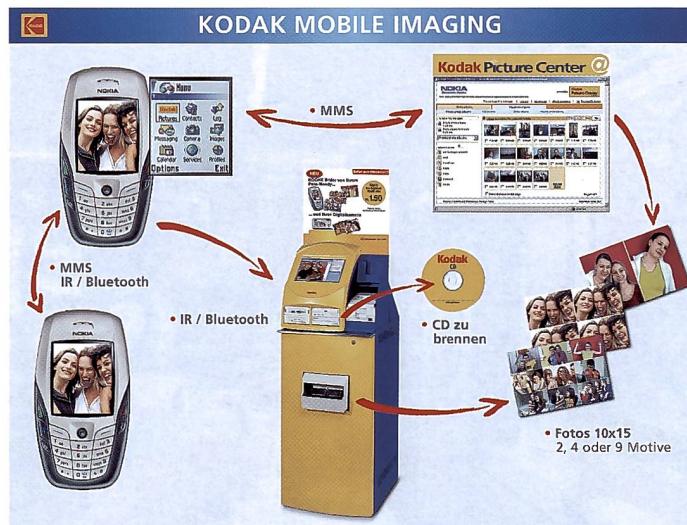
Bilder mit Selbstbedienung

Das Prinzip ist nahe liegend: Fotos nach dem Selbstbedienungsprinzip in der Bahnhofswartehalle, am Verkaufspunkt, im Telefonshop oder beim Grossverteiler mit dem Fotoautomaten selber machen, passt hervorragend zur Gesamtidee der Digitalfotografie. Möglich wurde dies durch das einfache Datenhandling über Speicherkarte oder Bluetooth-Verbindung einerseits und durch trockene Bildverfahren wie Thermosublimation oder Inkjet andererseits.

Die meisten im Markt befindlichen Geräte sind in erster Linie auf die Verarbeitung von Bilddaten aus Digitalkameras ausgelegt. Ob sie schon bald für Daten aus Fotohandys (über Bluetooth, Infrarot oder Internet-Anknüpfung) umgerüstet werden müssen, wird die Zukunft zeigen. Einige Hersteller bieten diese Dienstleistung bereits an, andere haben den Ausbau ihrer Geräte angekündigt. Bisher blieb der Bilderboom aus den Handys aus qualitativen und Gewohnheitsgründen jedoch noch aus.

Das Vorgehen ist auch dementsprechend einfach: Der einladende Bildschirm – meist ein Touch-Screen – zeigt ein selbsterklärendes Menü, bei dem zunächst die Bedienungssprache und die Art der Datenquelle abgefragt wird. Das Kombilaufwerk zeigt die Einschubslitze der verschiedenen Speicherkarten (Compactflash, SD/MM, Smartmedia und xD) sowie ein CD und teilweise sogar noch ein Disketten-Laufwerk und weist den Kunden an, sein Medium entsprechend einzulegen.

Die Fotokioske bieten den Nutzern von Digitalkameras die Möglichkeit, die Bilder direkt ab Datenträger auszudrucken – mit Unterstützung durch Personal oder selbstständig. Neu kommen auch Geräte auf den Markt, die Daten von Fotohandys verarbeiten können. Ein Überblick.



So stellt sich Kodak den Ablauf ab Fotohandy vor: Der Kunde gibt die Bilder direkt per Infrarot oder Bluetooth in die Kodak Order Station, wo sie ausgedruckt und/oder auf CD gebrannt werden, oder er schickt die Bilder per entsprechenden Softwareknopf im Handy ins Labor zum Ausbelichten.

schieben. Automatisch werden die Bilddaten in den Rechner geladen und in Auswahldarstellung auf dem Bildschirm gezeigt.

Mit Fingerdruck wählt nun der Kunde die gewünschten Bilder aus, bestimmt die Bildgröße, die Anzahl und (bei abweichender Proportion) den gewünschten Ausschnitt. Ein Zähler zeigt ihm laufend den zu bezahlenden Betrag an und fordert bei Bestellabschluss den Kunden an, die entsprechenden Münzen einzuwirfen oder seine Kreditkarte einzuschieben. Alles andere läuft dann automatisch ab, und nach rund dreissig Sekunden erscheint auch schon das erste Bild. Danach folgen die weiteren etwa in der halben Zeit. Bei einigen Geräten arbeitet eine Optimierungssoftware im Hintergrund und passt Helligkeit, Kontrast, Schärfe und Farbsättigung auf das Ausgabematerial an. «Die Bilder müssen in erster Linie dem Kunden gefallen, auch wenn die Farben nicht unbedingt hundertprozentig richtig sind», gesteht Kurt Weiss, Geschäftsführer der Typon AG in Burgdorf, die in rund einem halben Jahr einen solchen Bildautomaten zur Serienreife gebracht hat.

Agfa E-Box

Auch Agfa ist daran, ein Gerät zu bauen, das mit Infrarot- und Bluetooth-Schnittstellen ausgestattet sein wird und auf das erste Quartal 2004 erwartet wird, wahrscheinlich wird es an der PMA (Februar) zu sehen sein. Dabei sollen primär die Daten ans Minilab gesendet werden, Agfa prüft noch, ob ein schneller Foto-Drucker für eine kleine Stand-Alone-Lösung integriert werden soll.

Walter Weber, Marketing- und Verkaufsleiter Consumer Imaging bei Agfa-Gevaert Schweiz AG stellt sich allerdings die Frage, ob der Konsument ein Bild vom Handy überhaupt auf Papier haben will. Technologisch sei dies kein Problem, die Herausforderung bestehe darin, den Kunden dazu zu bringen, die Bilder auch wirklich zu bestellen, was generell in der digitalen Fotografie die Problematik sei. Der Verkauf von MMS-Handies steige zwar stetig, das habe aber vor allem damit zu tun, dass bald keine anderen Modelle mehr erhältlich seien und dass natürlich die Mobilnetz-Betreiber den Versand von Bildern von Telefon zu Telefon fördern wollen.

Fuji Princiao

Fujifilm hat mit der «Princiao» Station ein modulares System lanciert, das auf die Kundenfrequenz und Grösse des Einzelhandels Rücksicht nimmt. Standardmäßig ist der Terminal, der sowohl im Geschäft als auch außerhalb für die Selbstbedienung des Kunden aufgestellt werden kann, mit zwei NC-400D Printern ausgestattet. Nach Bedarf kann bis zu vier Printern aufgerüstet werden, was einen Durchsatz von 260 Bildern im Format 10 x 15 cm bzw. von 144 Bildern im Format 15 x 20 cm pro Stunde ermöglicht. Das Druckverfahren beruht auf einem Papier, das bereits mit Farbschichten in Gelb, Magenta und Cyan versehen ist. Das Bild wird durch ein Thermokopf produziert und durch UV-Licht fixiert. Vorteil des Systems: Ausser Strom und Papier besteht kein Materialbedarf, dadurch sind Wartungsaufwand und Abfallmenge gering. Ab Frühjahr sollen die 65 Terminals bei Interdiscount-Filialen laut Fujifilm alle Bluetooth-tauglich sein und somit auch Handy-Bilder ausdrucken können. Fujifilm will für die Ausdrucke keine Grundgebühr verlangen, der effektive Bildpreis soll ab 55 Rappen zu liegen kommen. Auch Coop zeigt grosses Interesse an den neuen Geräten, die ersten drei sind bereits im Feldtest, ab Frühjahr sollen je nach Bedarf 50 bis 100 weitere Terminals bestellt werden.



Ilford Printasia Big Prints

Einen ganz anderen Weg schlägt Ilford mit einem rein händlerbedienten Fotokiosk ein. Beim Printasia Big Print System kann der Kunde seine Daten vor Ort in fünf verschiedenen Größen von 25,4 x 30,5 cm bis 50,8 x 61,0 cm ausdrucken

lassen. Das System beinhaltet die Software und die Printer Station mit einem Epson Stylus Pro 7600 Tintenstrahldrucker. Ausgedruckt wird auf Ilford Printasia Papier. Hier geht es weniger darum, dass der Kunde selbst und schnell zu einfachen Ausdrucken ab Digitaldaten



kommt, sondern darum, dass er Vergrösserungen unmittelbar bestellen und der Händler diese auf einfacherem Weg herstellen und mitgeben kann.

Kodak Order Station

Kodak hat den Schritt bereits vollzogen und hat neue Geräte im Feldtest, an denen direkt ab Handy Bilder ausgedruckt werden können. An acht verschiedenen Standorten in Zürich, St.Gallen, Lausanne, Genf und Pfäffikon SZ stehen bei Mobilezone, Swisscom, Sunrise und Interdiscount die ersten Kodak Order Stations, die nebst den konventionellen Speicher-

karten eben auch über Infrarot oder Bluetooth angesteuert werden können. Ein erster Versuch von Fotointern muss aber leider abgebrochen werden, da das MMS-Handy neuester Generation die Bilder weder über Infrarot noch über Bluetooth übermitteln konnte. Kodak bietet aber eine weitere Möglichkeit, nämlich die Bilder über die Order Station oder eben direkt unter www.kodak.ch an das Kodak Labor in Lausanne zu senden, wo die Bilder dann ausbelichtet werden und wie ein normaler Fotoauftrag zugeschickt werden. Die Kodak Fotokioske sind mit einem Thermosublimationsdrucker ausgestattet, der innerst 3 Minuten die fertigen Bilder ausspuckt. Kodak hat auch Stationen – allerdings noch ohne Handy-Anbindung – im Betrieb, die sich einfach mit Kleingedleinwurf bedienen lassen.

Polaroid Print Station

Polaroid hat seit der PMA letzten Jahres keine neuen Geräte mehr auf den Markt gebracht oder angekündigt. Laut Jean-Jacques Bill, Direktor und Country Manager von Polaroid Schweiz, sind aber neue Lösungen in Vorbereitung. Er steht etwas kritisch den Erfolgsstories von Fotokiosken gegenüber. Man müsse die Resultate der seit Juni 2003 im US-Markt installierten Geräte abwarten.

Sony Picture Point

In Japan und den Vereinigten Staaten hat auch Sony bereits über 1000 Fotokioske auf

dem Markt, das es dem Konsumenten ermöglicht, selbständig seine Digitaldaten auszudrucken. Dieses wird im europäischen Markt nicht aktiv vermarktet, auf Anfrage besteht aber laut Sony Schweiz durchaus die Möglichkeit, eine solche Picture Point Station über sie zu beziehen. Ein Nachfolgemodell wird ebenfalls im Februar erwartet.

Typon Photo Station

«Die Suche nach neuen Produkten im Imaging-Bereich war für uns nahe liegend» erklärt Weiss, der früher bei Ciba und Ilford jahrelang für das weltweite Marketing von Ciba- bzw. Ilfochrome verantwortlich war. «Nachdem der Filmverbrauch in der grafischen Branche in den letzten Monaten drastisch eingebrochen ist, sehen wir auch im Bildergeschäft unsere Kernkompetenz, war doch unser Unternehmen jahrzehntelang im



Fotobereich tätig. Kommt hinzu, dass wir uns in den letzten Jahren durch den Geräteterrieb für die grafische Branche und die Druckvorstufe ein grosses Fachwissen im Digital Imaging angeeignet haben, das uns bei diesem Produkt sehr zu Gute kommt. Die Digitalwelle gibt uns mit diesem und ähnlichen Produkten eine grosse Chance».

Die Typon Photo Station darf als Schweizerprodukt gelten, wird doch ausser dem Drucker (der von Copal aus Japan kommt) das Gerät gänzlich in der Schweiz gefertigt. Sogar der integrierte PC wird hier eingekauft und konfiguriert, denn heute sind sogar Computer in der Schweiz nicht mehr teurer als im Ausland.

Die Typon Photo Station arbeitet nach dem Thermosublimationsverfahren und ist für die Ausgabegrösse 10x15 cm konzipiert. Finanziert wird das Gerät im Franchisingssystem, das heisst, dass der Betreiber keine Investitionskosten hat und, verbunden mit einer Mindestbetriebszeitdauer, pro Bild eine Gewinnspanne von rund 50 Prozent geniesst. Auch die Haltbarkeit des Thermosub-Materials macht Weiss keine Sorgen, garantiert doch der japanische Hersteller eine Farbstabilität unter Albumbedingungen von 100 Jahren.

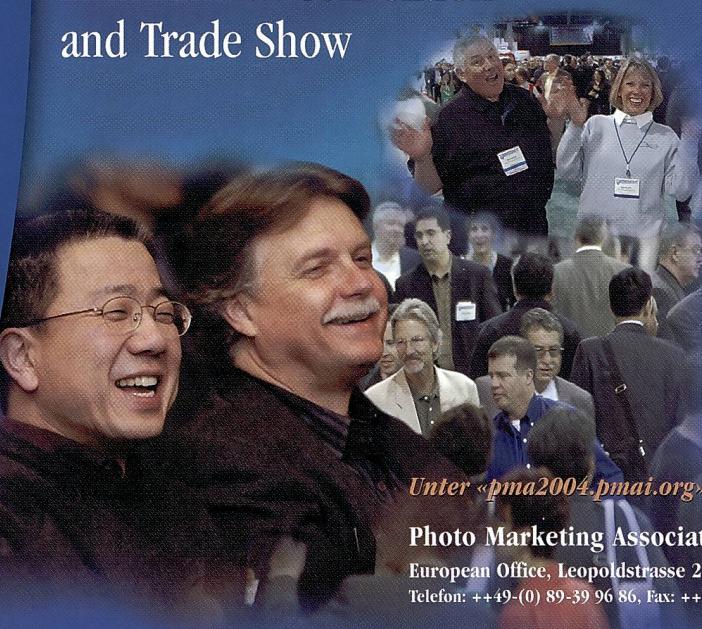
Die ersten zwei Prototypen sind seit einigen Wochen in einem Swisscom-Shop in Bern und bei der Migros-City Zürich in einem Feldtest und laufen dort nach Aussagen von Typon zur vollsten Zufriedenheit.

2004
PMA

PMA
INTERNATIONAL CONVENTION & TRADE SHOW
LAS VEGAS
Las Vegas Convention Center - February 12 - 15, 2004

Gestalten Sie die Zukunft Ihres Geschäftes

Kommen Sie zur
PMA Annual Convention
and Trade Show



12.-15. Februar 2004
Convention Center
Las Vegas, Nevada, USA

DIMA Annual Convention
10.-11. Februar 2004

PSPA Annual Convention
9.-11. Februar 2004

Hier trifft sich die
Foto/Imaging Welt

Unter [«pma2004.pmai.org»](http://pma2004.pmai.org) können Sie sich online anmelden:

Photo Marketing Association International

European Office, Leopoldstrasse 236, 80807 München, Germany,

Telefon: ++49-(0) 89-39 96 86, Fax: ++49-(0) 89-273 02 91, PMA home page: www.pmai.org