

Druck Industrie



Satz und Lithos aus dem Werbeatelier

Es ist das Herausragendste an dieser Geschichte: In einem Werbeatelier mit sieben Mitarbeitern wird eine leistungsstarke Scantext-2000-Anlage installiert. Als Novum hierzulande kommt der farbige Flachbettscanner Scantext 1015 Color ImageScanner zur Anwendung.

Damit will offenbar Hermann Rosen, Inhaber der Rosen Werbe AG an der Künzlistrasse 16 in Zürich, das Heft selber in die Hand nehmen. Mit anderen Worten: Computergrafik, Satz und farbige Lithos sollen im Werbeatelier selbst hergestellt werden. Die Idee ist unkonventionell. Erfahren klassische Vorstellungen von Satz und Repro eine Korrektur?

DI: Herr Rosen, als kleinere Werbeagentur haben Sie eine Scantext-Anlage 2000 installiert. Damit werden Sie wohl Satz- und Reproateliers brüskieren ...

Hermann Rosen: Das ist gar nicht unsere Absicht. Die Rosen Werbe AG produziert schon seit Jahren selbst hochwertigen Fotosatz. Nun hat die Entwicklung in der Druckvorstufe dazu beigetragen, dass es möglich wird, auch Bilder in ausgezeichneter Qualität im eigenen Hause zu produzieren.

Vor etwa zwei Jahren haben wir uns entschlossen, in eine neue Satzanlage zu investieren, wobei ich ausdrücklich

das Wort Satz betonen möchte. Während der Evaluation realisierten wir, dass die Lasertechnologie auch Bildbearbeitung, zumindest schwarzweiss, möglich machen würde.

Diese Erkenntnis eröffnete uns ganz neue Perspektiven; zum Beispiel Änderungsmöglichkeiten bis kurz vor Drucktermin, übersichtliche Auftragsabwicklung vom Manuskript bis zum Schwarzweissfilm, ohne lange Wege zum Lithobetrieb und zurück, sowie problemlose Kommunikation zwischen Grafik, Satz und Bildbearbeitung. – Wir waren schlicht begeistert!

Als uns dann an der Drupa'90 die Farbbildlösung vorgestellt wurde, haben wir uns sofort für diese absolut neueste Technologie entschieden. Natürlich im Bewusstsein, dass damit in unserer Firma eine Zeit des Umbruchs eingeleitet wurde.

DI: Warum haben Sie sich nicht für eine DTP-Lösung entschieden?

Hermann Rosen: DTP haben wir tatsächlich in unsere ersten Überlegungen miteinbezogen. Mit der Zeit mussten wir aber feststellen, dass DTP qualitativ und vor allem in Benutzerfreundlichkeit



Alle Geräte sind über ein superschnelles Ethernet-Netz miteinander verbunden.

Die Axt im eigenen Hause ...

Hermann Rosen will einen Full-Service anbieten. Sein Werbeatelier, die Rosen Werbe AG, bietet den Kunden vom Werbekonzept über Grafik, Satz und neuerdings 4-Farben-Lithos bis hin zur Mediaberatung und Disposition praktisch den ganzen Werkzeugkasten an. Der 33jährige Profi-Werber geht mit offensichtlich viel Punch ans Werk. Bei der Schweizer Annoncen AG habe er das KV absolviert, erzählt er. Dann den Werbeassistenten gemacht und es zum Werbeleiter einer grossen Pumpen- und Armaturenfirma gebracht. Das Metier ist ihm geläufig!

Was noch fehlte, war das Handwerk. Und dafür musste er nicht weit laufen. Vater Benedikt Rosen (63) ist seit 1968 selbständiger Werbegrafiker.

Auf Berthold CPS 520 und ADS 3000 hat Hermann Rosen die ersten Fotosatzschritte getan. Hier hat er auch seine ersten elektronischen Kenntnisse erworben und sie auf ein heute ganz beachtliches Niveau gebracht. Der Grund dafür ist für den Gastgeber einleuchtend: «Viel Fachzeitschriften lesen ...» Hermann Rosen ist aber nicht nur Theoretiker. Er packt an, wo es in

dieser Betriebsgrösse anzupacken gilt. Das ist praktisch überall!

Mit der neuen Scantext-Color-Anlage weiss der Chef selbst umzugehen. «Wenn Not am Mann ist...», gesteht er und betont dann aber gleich, dass es schon viel Spezialwissen dafür brauche. Die eigentlichen Operateure heissen Gaby Zindel, Désirée Müller (Typografinnen) und Peter Wittmer (Lithograf); alle drei wurden bei Mannesmann Scangraphic in Dübendorf eingehend ausgebildet.

An der Nabelschnur zum Lieferanten hängt das Ganze offensichtlich noch. Raffiniert und beeindruckend ist das «Sorgentelefon». Mit einem über den Printer ausgedruckten Tastenprotokoll wird per Telefax übermittelt, wo und was getippt wurde, und auf die gleiche visuelle Art erfolgt die Beratung durch Scangraphic-Spezialisten.

Das alles scheint so einfach geworden zu sein, dass man es am liebsten selber probieren möchte. Der elektronische Wandel in Satz und Repro ist drauf und dran – so scheint es jedenfalls – die Dinge einmal mehr grundsätzlich zu verändern. Mit der Axt im eigenen Haus, versteht sich! Franz Wick

Farbe stehen uns ein A3-Laserprinter sowie ein Thermotransfer-Farbprinter zur Verfügung.

DI: Die Text-/Bild-Integration ist nicht zuletzt eine Frage der verfügbaren Rechnerkapazität ...

Hermann Rosen: Ja, das ist richtig! Besonders für Farbbilder sind enorme Rechner- und Speicherkapazitäten erforderlich. Wie ich aber bereits vorher erwähnt habe, sind die Scangraphic-Komponenten mit absolut ausreichenden Rechnern und Speichern ausgerüstet. Sollte uns das irgendwann doch nicht mehr genügen, ist eine umfangreiche Nachrüstung problemlos möglich.

Ein anderes Problem ist das Auslagern von umfangreichen Text- und/oder Bild-Jobs. Scangraphic hat aber dafür Lösungen wie Wechselplatten-Laufwerke, die sich bei uns bestens bewähren. Streamerband- oder Optical-Disc-Laufwerke wären Alternativen, die uns zur Verfügung stehen würden.

DI: Wie stark hat die Möglichkeit der Fremddatenübernahme bei der Planung der Anlage mitgespielt?

Hermann Rosen: Das spielte für uns eigentlich nicht so eine grosse Rolle. Ausser der Übernahme von rohem Text, den wir dann in die richtige Form bringen können, interessiert uns die Datenübernahme nur ganz selten. Wir wurden in den vergangenen Monaten auch kaum damit konfrontiert. Was natürlich mittelfristig für uns interessant werden kann, ist die Verbindung mit externen Lithobetrieben, von denen wir Bilddaten übernehmen könnten.

DI: Welche Bedeutung messen Sie dem Ausdruck bei, und wie sind Sie dafür eingerichtet?

Hermann Rosen: Andrucke haben natürlich nach wie vor eine wichtige Funktion zur Kontrolle der Lithoarbeit und als Vorgabe für den Drucker. Wir lassen unsere Andrucke oder Farbproofs heute noch extern anfertigen, weil wir eine entsprechende Anlage zurzeit wohl kaum auslasten könnten. Für die schnelle Kontrollkopie sind wir aber mit einem Thermotransfer-Farbdrucker ausgerüstet.

DI: Wo stufen Sie sich als Lithohersteller ein?

Hermann Rosen: Wie bereits vorhin angesprochen, gehen wir davon aus, dass wir in nächster Zeit nur Lithos der einfacheren Art selbst herstellen werden. Für aufwendige, qualitativ hochstehende Arbeiten werden wir nach wie vor mit dem Spezialisten zusammenarbeiten, d.h. am liebsten seine Bilddaten in unser System einspeisen.

DI: Die farbige Text-/Bild-Integration ist bei Ihnen Wirklichkeit. Damit ändern



Teamarbeit en famille: Chef und Chefin bei der Beurteilung von Gestaltungsvorschlägen

keit und Support nicht unseren Ansprüchen genügt. Unsere Konfiguration ist aber in der Lage, über ein PostScript-Rip jederzeit eine DTP-Workstation in die Vernetzung zu integrieren.

DI: Was sind für Sie die herausragendsten Merkmale der installierten Scantext-Anlage?

Hermann Rosen: Die hohe Präzision, die superschnellen Bearbeitungszeiten der einzelnen Komponenten sowie die hohen Speicherkapazitäten.

Unsere Anlage setzt sich zusammen aus einem 1015 Color Image Scanner

(Flachbett-System für Auf- und Durchsichtsvorlagen) sowie einem Color Commander (Speicherkapazität rund 15 Gigabyte) für die Bearbeitung und Komposition von Farbbildern und Farbarbeiten, ausgerüstet mit einem hochauflösenden Sony-Trinitron-Farbbildschirm zur optimalen Darstellung. Für Schwarzweissarbeiten sind ein Schwarzweiss-Commander sowie ein Composer ans Netz angeschlossen. Ein weiteres Prunkstück ist der absolut farbtaugliche Laser-Recorder mit einem Belichtungsformat von 61x51 cm. Für die Kontrolle von Text, Stand und



Die Scantext-Anlage bei Rosen Werbe AG besteht im wesentlichen aus zwei Komponenten, nämlich dem Scantext 2000 ColorCommander und dem 1015 Color ImageScanner. Dass ein Werbeatelier seine Lithos selber macht, dürfte hierzulande ein Novum sein.

sich auch die herkömmlichen Berufsbilder. Wer bedient die neue Anlage?

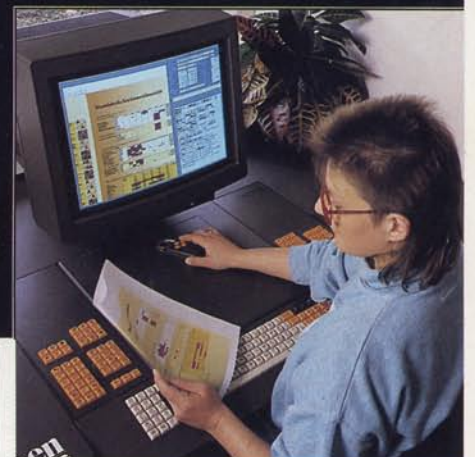
Hermann Rosen: Nein, die Berufsbilder bleiben gleich, nur die Zusammenarbeit wird besser. Unsere Anlage wird von zwei Typografinnen und einem Lithografen bedient. Durch die enge Zusammenarbeit profitieren alle drei vom Know-how des anderen. Dazu kommt, dass unsere Grafiker und ich selbst ebenfalls die eigenen Druckvorstufen-Kenntnisse deutlich verbesserten und somit Möglichkeiten oder natürlich auch Beschränkungen schon ganz am Anfang in die kreative Arbeit einfließen lassen können.

Was natürlich vor allem mir grosse Probleme aufgibt, ist die Spezialausbildung für dieses System. Praktisch jeder neue Mitarbeiter muss ja zuerst extern geschult werden und braucht eine relativ lange Anlaufzeit, bis er die Möglichkeiten der Anlage ausnützen kann. Andererseits kann ich heute topmoderne,

hochinteressante Arbeitsplätze anbieten, was zum guten Betriebsklima und zur Leistung sehr viel beiträgt.

DI: Hat mit der Inbetriebnahme der Scantext-Anlage eine Verlagerung vom manuellen Atelier in die elektronische Verarbeitung stattgefunden?

Hermann Rosen: Das ist in der Tat so. Wir sind sogar regelrecht von der Entwicklung überrascht worden. In der Zeit vor dem System haben wir noch vier Reinzechnerinnen beschäftigt. Inzwischen arbeitet noch eine in unserem Team, auf die wir aber keinesfalls mehr verzichten können. Vor allem Änderungen oder Ergänzungen in alten Reinzeichnungen oder Filmen werden natürlich nach wie vor manuell ausgeführt. Zudem lohnt es sich auch nicht, jede Arbeit aufs System zu nehmen. Vor allem Strichzeichnungen werden vielfach nachträglich manuell in einmalige Filme einmontiert, um das relativ

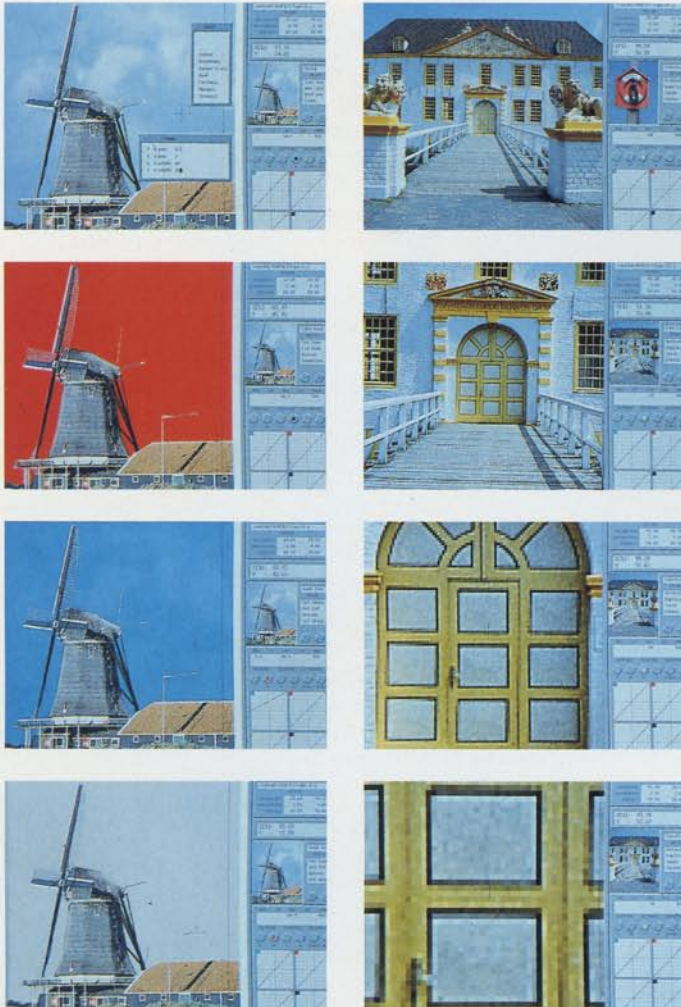


Das kleine Team bei Rosen Werbe AG ist weitgehend polyvalent im Einsatz. Gaby Zindel (Setzerin) nimmt hier mit der Maus noch einige Farbkorrekturen vor. Auf der Titelseite ist Peter Wittmer (Lithograf) bei der Grobbearbeitung eines gescannten Bildes am Monitor des Color ImageScanners.

aufwendige Scannen zu umgehen oder Speicherplatz zu sparen.

Alle anderen Mitarbeiter, auch ich, können mit der neuen Anlage mehr oder weniger gut umgehen und haben mindestens die Grundausbildung besucht, d.h. wir können alle setzen, einfache Strich- und Rasterbilder scannen und verändern oder retouchieren, technische Raster auflegen, Linien ziehen, Schriften verziehen, aufrastern und so weiter...

DI: Die Atmosphäre des typischen Werbeateliers ist bei Ihnen unverkennbar...



Am ColorCommander kann eine Vielzahl von Bildbearbeitungen erfolgen. Links ein Beispiel für partielle und selektive Farbkorrektur. Der ColorCommander erlaubt das Zoomen eines Bildes um 2000% bis auf Pixelebene (rechts).

Hermann Rosen: Ja, das liegt vielleicht auch ein bisschen am jungen Team (Durchschnitt 29 Jahre) und an der Zusammensetzung. Zurzeit beschäftigen wir wie bereits erwähnt die zwei Typografinnen, einen Lithografen, eine Reinzeichnerin, eine Grafikerin und einen freischaffenden Grafiker (meinen Vater) sowie mich als Ge-

schäftsführer und «Mädchen für alles». Nicht zu vergessen unsere unentbehrliche Putzfrau, die sich über mangelnde Arbeit in unserem Atelier wirklich nicht beklagen kann.

Ein weiteres Indiz für die Atelieratmosphäre ist vielleicht auch die ausgeprägte Teamarbeit, die auch mit so unterschiedlichen Berufsleuten tadellos

funktioniert und die ich, nebst Verantwortungsbewusstsein und Mut zur eigenen Entscheidung – auch wenn sie mal falsch ist –, ganz besonders fordere und natürlich auch fördere.

DI: Ihre neuste Investition ist sicher kein Pappenstiel. Wie sieht denn die wirtschaftliche Seite aus? Konkret: Würden

FLAS y 2 9 [NEW LINE] [CUR LINE]
 TPE c * T 0 | 1 0 | | x = 2 1 0 | 1 0 [NEW LINE] T 3 9 |
 1 0 | y = 2 9 7 | 1 0 | | [NEW LINE] | 7 | ! |
 | 2 - | | T | 7 | | | 2 | f - | | - 3 [NEW LINE] | 7 | ! |
 | 1 2 - | | - | | | 3 [NEW LINE] | 7 | ! | | 2 | |
 | | | 1 0 | 1 0 [NEW LINE] [CUR LINE]
 TPE ck [NEW LINE] T 1 | 3 2 | 1 4 6 | 1 8 | 1 4 [NEW LINE]
 T 4 0 | 5 3 | 7 | 1 9 0 | 3 3 | 1 4 |
 | | - [NEW LINE] [CUR LINE]
 - | TPE | 3 7 8 0 6 [NEW LINE] [CUR LINE] c 6 . 5 [NEW LINE] = c 9 [NEW LINE] T | |
 | ? ? [NEW LINE] [CUR LINE] Pumpen und Armaturen [NEW LINE]
 von KSB bringen auch im Winter [NEW LINE]
 absolute Spitzenleistungen! [NEW LINE] [CUR LINE] /
 net/cm1/h1/ksb [NEW LINE] [CUR LINE] | - | . 5 [NEW LINE] [CUR LINE] | 7 | is 33 [NEW LINE] [CUR LINE] |
 | 8 4 | [NEW LINE] [CUR LINE] | - | 1 0 [NEW LINE] [CUR LINE] | c 0 | 5 4 | 5 2 [NEW LINE] [CUR LINE] | - |
 | 1 [NEW LINE] [CUR LINE] | - | 1 1 [NEW LINE] [CUR LINE] | 7 | is 32 [NEW LINE] [CUR LINE] | - |
 | | - | TPE | 3 7 8 0 2 [NEW LINE] [CUR LINE] | c 3 [NEW LINE] [CUR LINE] T | 1 | 7 0 . 5
 | 5 | 7 0 . 5 [NEW LINE] [CUR LINE] | | 1 2 5 [NEW LINE] [CUR LINE] | | ? ? [NEW LINE] [CUR LINE] Das
 bestätigen die vielen in [NEW LINE]
 Schweizer Schneeanlagen einge- [NEW LINE]
 setzten KSB-Produkte jedes [NEW LINE]
 Jahr aufs Neue. [NEW LINE]
 Schon seit langem entwickelt eine Gruppe
 von KSB-Ingenieuren [NEW LINE]
 immer neue, noch bessere Lösungen [NEW LINE]
 für die umweltgerechte,
 vernünftige [NEW LINE] [CUR LINE] | - | T | 1 | 1 0 7 [NEW LINE] [CUR LINE] | | ? ? [NEW LINE] [CUR LINE]
 Wasserzuführung zu Beschneigungs- [NEW LINE]
 anlagen. [NEW LINE]



Vier Berufe bei der Arbeit: Monika Göhner (Reinzeichnerin), Jris Rosen, Gattin des Chefs (Grafikerin), mit Lithograf und Setzerin.

Unser Interviewpartner



Hermann Rosen
Geboren am 9. März 1958

Ausbildung/Werdegang

Kaufm. Lehre bei der Schweizer Annoncen AG, «ASSA», Zürich
Werbeassistent bei der Automobilwerke Franz AG, Zürich
Abschluss als eidg. dipl. Werbeassistent
Praktikum in Grafik und Typografie bei der Grafik Werbung Rosen (Firma seines Vaters)
Werbeleiter bei der KSB Zürich AG, Zürich
Aufbau der eigenen Firma Rosen Werbe AG, Zürich
Anerkennung als Werbeberater durch den Schweiz. Zeitungsverleger-Verband und die schweizerischen Werbegesellschaften

Stellung im Unternehmen
Inhaber, Geschäftsführer

Freizeit

Familie (2 Kinder)
Bauernhaus in den Bergen, Wandern, Skifahren
Motorradtouren, gute Freunde, Squash, Kochen und gutes Essen und Trinken

Besondere fachliche Interessen
Grafik, Gestaltung, Typografie

Sie Satz und Lithos nicht billiger auswärts einkaufen?

Hermann Rosen: Sicher, aber unsere Marktleistung soll ja nicht «recht und billig» sein, sondern «schnell und Spitze». Unsere Kundschaft setzt sich vor allem aus Firmen zusammen, die eine schnelle Lösung brauchen, sich aber trotzdem nicht mit dem gerade noch Möglichen zufrieden geben möchten. Zielgerichtete grafische Lösungen, perfekt ausgeführt in einem eher knappen Zeitraum, das streben wir für unsere Kunden an. Das heisst für uns, dass wir uns auf dieses Ziel hin einrichten müssen, was uns offenbar bis jetzt auch gut gelungen ist.

DI: Rund 35% Ihres Umsatzes machen Sie über Druckereien. Wie reagieren diese auf Ihr neues Angebot?



Désirée Müller (Setzerin) wechselt die Materialkassette des 2051-Laserbelichters. Das Maximalformat beträgt 51×62 cm. Am linken Rand sind der A3-Laserprinter und ein Thermotransfer-Drucker für farbige Kopien zu erkennen.

Hermann Rosen: Ja, am Anfang schwankend, zwischen skeptisch bis erwartungsvoll. Inzwischen aber durchaus überzeugt. Natürlich liegt es an uns, unseren Partnern die Vorteile mit guten Leistungen schmackhaft zu machen, denn unser Angebot hängt nicht nur von der Anlage ab, sondern vor allem von den Menschen, die sie bedienen; wir sind da aber ganz sicher auf dem richtigen Weg.

Unsere direkten Kunden sind natürlich vor allem von den neuen Möglichkeiten beeindruckt, die sich aus unserer Investition ergeben. Wir dürfen auch mit Stolz erwähnen, dass wir unseren Kundenstamm bereits in dieser kurzen Zeit, dank dem neuen Angebot mit drei bedeutenden Firmen, vergrössern konnten.

Im übrigen sind wir in der komfortablen Lage, interessante Kunden ähnlicher Grösse, mit zum Teil sehr bekannten Namen aus den verschiedensten Branchen, bedienen zu dürfen, was uns auch die Sicherheit für eine solche doch erhebliche Investition gibt.

DI: Wie sehen Sie die zukünftige Entwicklung? Wird Ihr Beispiel Schule machen?

Hermann Rosen: Davon gehe ich aus. Ich könnte mir durchaus vorstellen, dass die rasante Entwicklung in der Druckvorstufe immer mehr zu solchen Konzentrationen führt, sei es, indem sich Firmen zusammenschliessen oder indem Litho-, Satz- und Grafikfirmen ähnliche Komplettlösungen anbieten, wie wir das heute machen, was natürlich grosse Veränderungen in unserem Markt auslösen dürfte. Ich bin aber, wie viele andere, der Meinung, Konkurrenz

belebe das Geschäft; wichtig für uns ist, dass wir an der Spitze mit dabei sind, in Einrichtung und Erfahrung.

DI: Wie sehen Sie die zukünftige Entwicklung Ihres Unternehmens? Wollen Sie grösser werden?

Hermann Rosen: Nein, eigentlich nicht oder wenn, dann nur unwesentlich. Mir gefällt es, im übersichtlichen Rahmen mit meinen Kollegen zusammenzuarbeiten, unsere Kunden noch alle persönlich zu kennen und keine «Fabrik», sondern eine «Werkstatt» zu leiten.

Ich bin auch davon überzeugt, dass uns eine Vergrösserung unser wichtigstes Gut, nämlich unsere Flexibilität, die unsere Kunden an uns schätzen, kosten würde.

KIMOTO Produkte-Palette

- Abdeckstifte
- Maskierfolien, ruby/amber
- Siebdruckemulsionen
- Montageklebebänder
- Allgemeine Siebdruckmaterialien
- Magnetgummi
- Montagefolien
- Millimeterfolien
- Matt- und Zeichenfolien
- Diazo-Filmmaterial

KIMOTO (Schweiz) AG
8423 Embrach-Embraport
Tel. 01 876 02 77
Fax 01 876 03 83