



Von Dipl.-Ing. Hans-Georg Wenke und Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay

Medienvielfalt als Strategie

Fotorotar setzt als Medienproduzent auf mehrere Produktions-Schwerpunkte – mit Optimierungen durch Workflow-Lösungen

REPORTAGE

»Ja, und was machen Sie nun hauptsächlich?« Die beiden Geschäftsführer Jürg Konrad und Otto Brunner kennen diese Frage, die manch einer stellt, wenn er hört, was Fotorotar »so alles« produziert. Drucken, Internet, Sicherheits- und Wertschriftendruck, Digitaldruck, Logistik, Fotobücher ... und einiges mehr. Aber genau das ist die Strategie. Fotorotar ist unter einem Dach ein Konglomerat verschiedener Produktions- und Leistungs-Einheiten, die synergetisch zusammenarbeiten, Know-how entwickeln und parallel verschiedene Leistungen vermarkten.

Der Name »Fotorotar« kann schon verwirren. Denn mit »Foto« hat das in Egg (im Zürcher Oberland) ansässige Unternehmen heute nicht mehr unmittelbar zu tun. Der Name entstand 1930, als August Traber eine mechanische Werkstatt gründete, die sich auf den Bau von Gouillochiermaschinen spezialisierte. Geräte, die schwingende Muster erzeugten, die sich als Unikate hervorragend eigneten, als Sicherheitsmerkmal Drucksachen fälschungssicher zu machen. Erst wurden diese Linien mechanisch erzeugt, später durch einen rotierenden und pendelnd-schwingenden Lichtstrahl – daher die Silbenkombination Foto und Rotar.

Veränderung und Vielfalt

Sicherheitstechnik und Sicherheitsdruck hat Fotorotar erst später wieder aufgenommen. Dieser Bereich hat also keine ununterbrochene Beziehung zu den damaligen Maschinen. Denn das Unternehmen durchlebte so einiges an Wandel, den aufzuzählen fast eine Story für sich ist. Was aber auch schlüssig beweist: Veränderungen und Vielfalt sind dem Unternehmen sozusagen in die Gene gelegt.

Doch anders als früher, als einige Zufälle die Firmengeschichte lenkten, geht man heute in Egg sehr gezielt und strategisch an die Weiterentwicklung des Unternehmens. Die Fotorotar AG ist mit etwa 140 Mitarbeitern in sechs Geschäftsbe-

reichen und einem Umsatz von etwa 23 Mio. CHF eine der führenden Druckereien im Großraum Zürich, in einigen Bereichen liegt sie schweizweit an der Spitze.

Bereits seit der Gründung ist der Sicherheitsdruck eines der Spezialgebiete. Mit der Akquisition der Geschäftseinheit Wertpapier der Trüb AG übernahm die Fotorotar AG die Marktführerschaft in diesem Bereich.

Insgesamt ist das Unternehmen für die Verarbeitung einer breiten Palette an Drucksachen aller Art aus-

gerüstet und liefert in seinem Kerngeschäft des Druckens täglich neben Wertpapieren Geschäfts- und Werbepapieren, Bücher und Zeitschriften. Die Cyberfactory, ein junges Standbein der Fotorotar AG, realisiert Lösungen in der digitalen Datenwelt. Dazu gehören Crossmedia, Content Management, Bild- und Textdatenbanken, Gestaltung und Betrieb von Webauftritten oder auch komplette Corporate Designs. Als Generalunternehmen unterstützt Fotorotar dabei seine Kunden in allen Kommunikationsbereichen.





Die beiden Geschäftsführer der Fotorotar AG, Otto Brunner (rechts) und Jürg Konrad, setzen auf Diversifizierung bei gleichzeitiger Bereitschaft, permanent zu den »early adopters« sinnstiftender Technologien und Anwendungsfelder zu gehören. So wird derzeit die Speedmaster SM 52-Fünffarben plus Lack mit Kurzfarbwerk Anicolor getestet. Otto Brunner und Jürg Konrad ziehen eine überaus positive Bilanz der bisherigen Testphase mit der Heidelberg Fünffarben-Anicolor-Maschine: »Bei Auflagen von weniger als 1.000 Exemplaren sinken die Druckkosten durch Anicolor um rund 30 Prozent.«

Ebenfalls im Test bei der Fotorotar AG: der neue Prinect Scheduler, den Heidelberg zur drupa 2008 offiziell auf den Markt bringen wird. PrePress bei Fotorotar arbeitet mit Heidelberg-Technik und Software wie Signastation und MetaDimension sowie einem Suprasetter, der alle Druckmaschinen mit Platten zu versorgen hat.

Mit überzeugender Leistung Geld verdienen

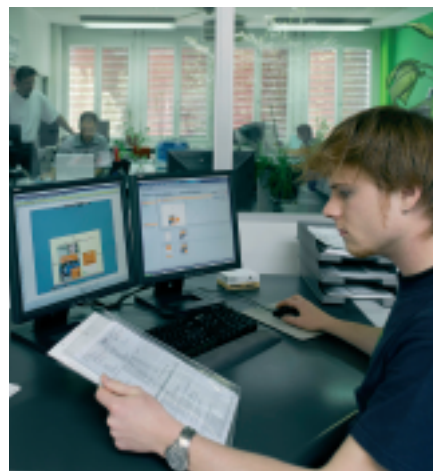
»Die Druckindustrie in der Schweiz ist ja nicht gerade ein boomender oder gar explodierender Markt«, bemerkt Jürg Konrad. »Deshalb wird von Druckereien zurzeit sehr viel unternehmerische Kreativität gefordert.« Die Antwort von Jürg Konrad und Otto Brunner: Diversifizierung. Dies aber bei gleichzeitiger Bereitschaft, permanent zu den »early adopters« neuer Technologien und Anwendungsfelder zu gehören.

Die Kehrseite der Medaille ist, oft und intensiv auf dem Markt Pionierarbeit leisten zu müssen. Doch das nehmen sie gerne in Kauf, »weil es gleichzeitig einen Vorsprung in Wissen und Können verschafft«.

Die sprichwörtliche Nasenspitze voraus sein, ist die Devise. Deshalb investierte das Unternehmen alleine im Jahr 2006 rund 4,8 Mio. CHF in neue Maschinen und in den Workflow. »Je enger die Märkte werden, um so wichtiger wird es, den Workflow zu optimieren«, stellt Jürg Konrad fest und fährt fort: »Wir wollen mit einer überzeugenden Leistung Geld verdienen. Dumping und Lockvogelangebote überlassen wir unserer Konkurrenz.«

Permanenter Kulturwandel

»Der Integrationsprozess ist ein permanenter Kulturwandel«, weiß Otto Brunner aus Erfahrung. So beschäftigte man in der Vorstufe bis vor kur-



zer Zeit elf Mitarbeiter, hat den Mitarbeiterstamm aber auf sechs Fachkräfte reduziert. »Und die bewältigen jetzt das Vierfache an Druckplatten-Output«, sagt Brunner und fühlt sich in seiner These bestätigt, dass Automatisierung Ruhe in den Betrieb bringt. »Wir gehören zwar zu den größten grafischen Industriebetrieben, handeln aber aufgrund unserer schlanken Organisation so flexibel wie ein Kleinbetrieb.«

Diese Flexibilität hat die Fotorotar AG durch ihre 1995 angestoßenen Schritte in die Vernetzung erreichen können. Was zunächst noch auf einzelne Abteilungen bezogen war, hat sich über einige Zwischenschritte mittlerweile zu einer »Gesamtvernetzung von PrintPlus, unserem Management Informationssystem, bis zu allen Druckwerken mittels JDF« entwickelt, so Otto Brunner. »Und wir haben die volle Kontrolle über die Proof- und Druckqualität mit der Prinect Color Solution.« Zudem hat

Fotorotar auch die genaue Übersicht jedes Prozesses über die gesamte Produktion.

In der Einführung der elektronischen Plantafel Prinect Scheduler sieht Otto Brunner ein wichtiges, zentrales und einsehbares Produktions- und Steuerinstrument, das Auslastungslücken und Engpässe früh und einfach erkennt. »Damit haben wir den Gesamtüberblick jedes Auftrags vom Start bis zum Eintreffen beim Kunden«, führt Brunner aus.

Data-Warehouse und Datentransporteur

Sich in neue technische, wohlkalkulierte und oft unbeackerte Felder zu begeben, hat bei Fotorotar Tradition. Fast schon überflüssig zu erwähnen, dass Internet in all seinen »Spielarten« von der raffinierten Homepage bis zu e-Commerce, dazu gehört. Interessant, weil intensiv auch wieder mit hoch attraktiven Nischen-

produkten belegt, ist derzeit beispielsweise der Digitaldruck mit einer Xerox DocuColor iGen3. Für den Fotofachhandel werden Just-in-time Fotobücher gedruckt – unter anderem.

Wenn man nun doch den Versuch unternehmen möchte, die Vielfalt der Aktivitäten – etliche hier nicht aufgezählte gehören dazu – zu bündeln, dann ist Jürg Konrad am liebsten, wenn er es so formulieren kann: »Wir sind auf dem fortgeschrittenen Weg, ein Data-Warehouse zu sein«. Gewissermaßen als Schnittstelle

Papierbohrer mit dem großen „F“

Fordern Sie unser „know-how“

Mit den von uns hergestellten Hochleistungs-Papierbohrern in allen Größen und Beschichtungen für alle Maschinen-Fabrikate beliefern wir prompt ab Lager die Weiterverarbeiter weltweit.

*** Neu: FOLIENBOHRER ***

Graph. Maschinen- und Apparatebau
JOSEF FOELLNER GmbH
 Klippeneckstr. 8 • D-78056 VS-Schwenningen
 Telefon (00 49) (0) 77 20 - 30 12-0 • Fax 30 12 50

• Katalog • e-mail: foellner@foellner.com • anfordern • http://www.foellner.com



Im Drucksaal produzieren eine Speedmaster CD 102-6, eine SM 102-10-P6, eine SM 102-2-P und die SM 52-5 mit Anicolor-Farbwerk.



Zwei Polar Schneidstraßen und eine Schneidmaschine, zwei MBO-Falzmaschinen sowie ein Stahlfolder TH82.6/82.6-PFH82 und eine Stahl T 36/4 KB 36 sowie ein Sammelhefter mit 6 Stationen oder 5 Stationen und Umschlaganleger sorgen für die

produktive Weiterverarbeitung der Drucksachen. Das Workflowsystem soll 2008 bis 2009 die totale Vernetzung der gesamten Produktion ermöglichen.

zwischen Programmierung, Datenbank sowie Rechenzentrum und den Präsentationsformen auf den verschiedenen Märkten und in den verschiedenen Medien.

Man könnte auch sagen: »Daten-transporteur«, wobei Daten immer in irgendeiner grafisch-visuellen Form präsentiert und medial für Menschen nutzbar gemacht werden. Auf Papier, Datenträgern und direkt via Netzwerk auf den Bildschirmen. Oder, wie es Jürg Konrad ausdrückt: »Wenn jemand seinem Markt etwas sagen möchte – wir können ihm helfen, dies zu tun.«

Das Fälschen schwer machen

Einer dieser Bereiche ist der recht beratungsintensive Security Print. Sicherheitsdruck wird vor allem in Kombination mit Buchdruckmaschi-

Die Serverfarm bei Fotorotar AG wird durch drei Vollzeit-IT-Mitarbeiter betreut.



nen, Offset- und Siebdruck realisiert. Hierfür investiert das Unternehmen in vielfältige Technik, weil so Drucke entstehen, die oft beträchtliche Werte zertifizieren.

Das damit verbundene Know-how ist erheblich und man ist sich sicher, dass das »eine andere Druckerei nicht mal eben auf die Schnelle« erwerben kann. In ganz Europa, so weiß Jürg Konrad, gibt es kaum zwei dutzend vergleichbarer Unternehmen ähnlicher Größe.

»Wir sind nicht die großen Geldscheindruckereien oder Produzenten von Massenaufgaben. Wir haben uns auf die kleineren und mittleren Auflagen spezialisiert, die aber ihrerseits oft einen nicht minder geringen Aufwand an Sicherheitsanforderungen haben. In einem recht instruktiven Prospekt haben die Fachleute von Fotorotar aufgeführt, welche Möglichkeiten grundsätzlich bestehen und über die man öffentlich reden darf. Denn logischerweise gibt es daneben noch ein paar »Tricks«,

die man potentiellen Betrügern nicht mitteilen will.

»Durch die Kombination der Merkmale wird die Sicherheit beträchtlich gesteigert. Mag es Nachahmern noch sinnvoll erscheinen, den Aufwand zu betreiben, um ein oder zwei Merkmale zu fälschen, so nimmt es ihnen aber meist die technischen Möglichkeiten, gleich etliche davon imitieren zu müssen«, weiß man bei Fotorotar aus Erfahrung.

Ob Eintrittskarte oder Ausweis, Gutschein oder Garantie-Urkunde, Vertrag oder Billet – es gibt hunderte von Einsatzfeldern, in denen Sicherheitspapiere plus Sicherheitsdruck für Industrie, Handel, Banken, Versicherungen, Behörden, Reise- und Transportunternehmen und dergleichen mehr eine erhebliche Hilfe im Kampf gegen Betrug und Produktpiraterie darstellen. Das gleiche gilt für immaterielle Rechtsgüter wie Besitz, Rechte, Urkunden, Wertzusagen usw. »Wir arbeiten mit anderen Druckereien als deren Dienstleister zusammen und garantieren dabei natürlich Kundenschutz«, versichert Jürg Konrad.

Intensiver Kundenkontakt

Fotorotar pflegt intensiven Kontakt zu den Kunden in mancherlei Hinsicht. Ob bei instruktiven und attraktiven Anlässen im Sinne von Open House beziehungsweise Fachseminar oder per gedruckter, vielfältiger Information und Dokumentation –

immer steht der Service- und Beratungsgedanke im Mittelpunkt.

Projektarbeit, die Entwicklung ganzer digitaler Workflows, individualisiert und dennoch auf Industriestandards gestützt, ist ein weiteres Plus, mit dem das Unternehmen auf dem Markt seinen Kunden manche Kommunikationsaufgaben löst.

»Wir müssen uns als modernes Druckunternehmen mit modernem Flair selbstverständlich in die Datenprozesse der Kunden einklinken. Das ist die Zukunft der Branche«, ist Jürg Konrad überzeugt.

Fit bleiben

Fit zu bleiben ist für die Fotorotar-Firmenphilosophie gewissermaßen »Ehrensache«. Es wird intensiv ausgebildet, das Kader besteht aus vielen »Eigengewächsen«, die sich unter anderem durch die vom Unternehmen intensiv geförderte berufsbegleitende Weiterbildung in manche Spezialgebiete eingearbeitet haben. Und zu dieser Fitness gehört auch die technische.

So gehörte die Fotorotar AG oft zu den ersten grafischen Betrieben, die neue Technologien einsetzten. Und dies mit offensichtlichem Erfolg. »Wir konnten in den letzten Jahren unseren Umsatz halten und unsere Marktpräsenz ausbauen«, sagt Jürg Konrad.

➤ www.fotorotar.ch

