link

Informationen der Brunner Medien AG 2/2017

BRUNNER
Medien mit Zukunft

Jetzt wird's **brillant**

Martin Imhof leitet seit September die Bereiche Druck, Weiterverarbeitung und Logistik bei der Brunner Medien AG – und das mit Herz und Verstand. Der gelernte Offsetdrucker und Produktionsleiter sieht den Print gerade in unserer digitalisierten Medienwelt in einer zentralen Rolle. Einer Rolle, der er dank der neuen LED-Drucktechnologie noch besser gerecht werden kann.

«Es geht um Farben, Bedruckstoffe, Ästhetik und Emotionen.»

Technik, Emotion, Leben. Für Martin Imhof ist Drucken mehr als nur ein Handwerk. Klar braucht es das Know-how und das geschulte Auge des Offsetdruckers auch heute noch. Aber die moderne Berufsbezeichnung «Drucktechnologe» verrät, dass wir es mit einem Spagat zu tun haben: hier kräftiges Anpacken – da (und immer mehr) technische Beschlagenheit, um die komplexen Abläufe kontrollieren zu können. Und es geht um Farben, Bedruckstoffe, Ästhetik und Emotionen. Nicht zuletzt darum steht Martin Imhof zwischendurch gerne selber wieder an der Druckmaschine und lässt sich inspirieren.

Dichtes Daily Business

Mehrheitlich stehen aber Koordinieren und Organisieren auf Martin Imhofs Tagesprogramm. Als er nach seiner Druckerlehre und einigen Jahren im Schichtbetrieb die Gelegenheit erhielt, sich zum Druckkaufmann auszubilden und eine Stelle als Produktionsleiter zu übernehmen, musste er nicht lange überlegen. Zwölf Jahre sind seither vergangen, in denen die Anforderungen an diese Funktion kontinuierlich gestiegen sind. Bei Brunner Medien führt Martin Imhof ein Team von 15 Mitarbeitenden in Druck, Weiterverarbeitung und Logistik. Er steht in Kontakt mit den Lieferanten, stellt die Herstellung der Druckerzeugnisse sicher, ist für Bestellungen und das Qualitätsmanagement zuständig. Ein wichtiger Teil seiner Arbeit ist auch, Prozesse zu hinterfragen und zu optimieren sowie den Markt zu beobachten und Innovationen voranzutreiben.

Schneller und intensiver

Eine solche Innovation ist die neue Offsetdruckmaschine mit LED-Trockner, die seit diesem Sommer im Maschinensaal von Brunner steht. Martin Imhof schätzt die neuen Möglichkeiten, welche die LED-Technologie den Kunden und dem Betrieb bietet. Bisher war es so, dass die Farbe nach dem Drucken nur langsam trocknete und Puder eingesetzt werden musste, um das Schmieren, Ablegen und Verkleben der Bogen zu verhindern. Jetzt trocknen sie blitzschnell, weil sie unter dem LED-Trockner durchlaufen und die Farbe sofort härtet. Der Vorteil: Das Papier kann unmittelbar weiterverarbeitet werden, die Produktion beschleunigt sich.

Spezielle Freude hat Martin Imhof an der grösseren Farbbrillanz, die besonders auf Naturpapieren zur Geltung kommt. Aber selbst synthetische Materialien wie Folien werden spielend bedruckt. Gar ein Alleinstellungsmerkmal zeigt sich im Bereich Formate. Brunner ist das einzige Druckunternehmen der Zentralschweiz, das das grosse Format (72×102 cm) mit LED-Technik kombiniert.

Print – der Charakterkopf

Natürlich ist es kein Zufall, dass Martin Imhof und sein Team an einer Druckmaschine arbeiten, die allen Seiten Mehrwert bietet. Farben, Bedruckstoffe und Formate sind es auch, die dem gedruckten Produkt Charme verleihen und Wirkungen erzielen, die digitale Medien nicht erreichen können. Für Martin Imhof sind es der gezielte Einsatz, die Langlebigkeit und die Wertigkeit, die ihn vermuten lassen, dass Print sogar an Stellenwert gewinnen wird. Technik, Emotion und Leben eben.

Drucken mit LED – das sind die Vorteile

- Schöner: brillantere und kontrastreichere Farben
- Vielfältiger: Folien, Hochglanzkarton, Magnetpapier bedrucken
- Dichter: Deckendes Weiss auf Farbpapier und Folien
- Schneller: Papier sofort trocken und weiterverarbeitet
- Grösser: Bögen im Format 72×102 cm

Digital ist **überall**

Etwas für die Pendenzenliste der IT-Abteilung? Mitnichten! Digitalisierung betrifft alle. Und sie ist konkret. Das beweisen beispielhaft vier unserer Mitarbeitenden, die in ganz unterschiedlichen Berufsfeldern tätig sind: Administration, Verkauf, Crossmedia, Druck. Wir haben sie gefragt, wie sie digitale Technologien in ihrem Berufsalltag und auch privat einsetzen.

Der Profi

Das einzige nicht digitale Werkzeug in Tobias' Arbeitsalltag ist sein Notizblock – auch wenn es dafür ebenfalls digitale Alternativen gäbe. Für den Leiter von Webprojekten ist es unabdingbar, digital à jour zu sein, Trends im Auge zu behalten, neue Tools zu testen und zu evaluieren. «Das macht Spass, ist aber auch eine Herausforderung.» Auch im Projektmanagement schätzt er digitale Helfer: «Da gibt es Tools, welche die Arbeit echt erleichtern – wenn sie systematisch eingesetzt werden.» Hier liegt für Tobias der Knackpunkt vieler digitaler Instrumente: «Fehlt die Systematik, funktionieren sie nicht besser als analoge Methoden.»

Tobias Eicher,
Projektleiter und Crossmedia Producer

Die Aufgeschlossene

Als Carmen ihre Stelle antrat, stand neben dem PC noch eine Schreibmaschine im Büro. Berührungsängste vor der digitalen Welt kennt sie nicht – dafür ist sie zu neugierig. Ob Rechnungsstellung, Adressverwaltung oder Datenablage: Dank digitaler Lösungen erledigt Carmen ihre Aufgaben viel effizienter. Besorgt registriert sie aber auch, wie viele Menschen unter der Beschleunigung und der ständigen Erreichbarkeit leiden. Nichten und Neffen haben Carmen auch die sozialen Medien schmackhaft gemacht. So lässt sich die Bastlerin privat gern auf Pinterest inspirieren. Und ortet ein weiteres Problem: «Suchtgefahr!»

Carmen Kalbermatter,
Sachbearbeiterin Administration
und Rezeptionistin

Der Initiative

Roger ist beinahe nonstop digital unterwegs. Als Verkäufer nutzt er natürlich mobile Gadgets wie Navi, Tablet und Notebook. Dann aber auch Programme für CRM, Offerten, Planung, Präsentationen. «In meinem Job ist es wichtig, ständig neue Tools kennenzulernen, um Kunden optimal beraten zu können.» Das braucht viel Eigeninitiative, etwa das Studieren von Tutorials auf Youtube. Einen Kontrapunkt setzt Roger zu Hause. Das Smartphone wird beiseitegelegt, es dient nur noch als Kamera. Dem Familienvater ist eine begleitete Mediennutzung seiner Kids wichtig. Und gesunder Menschenverstand, wenn es um den Umgang mit digitalen Geräten geht.

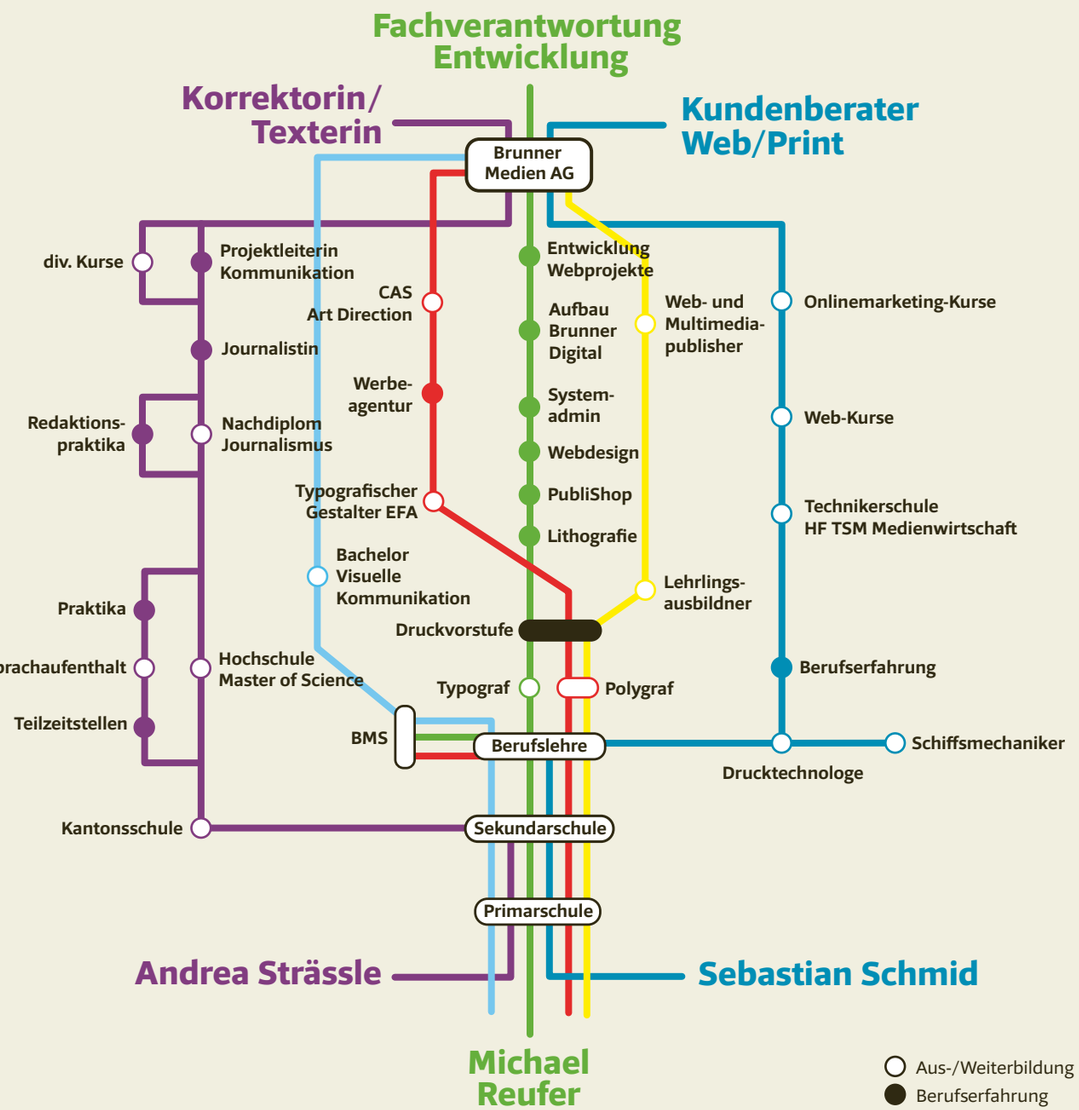
Roger Staub,
Key Account Manager Web

Der Unaufgeregte

Maurins Arbeitsgerät, die Druckmaschine, ist ein hochtechnisches Werkzeug. Für alles bietet sie automatische Funktionen. «Das macht's angenehm kompakt», findet er. Allerdings war die handfeste Lauftasche mit den Auftragsinformationen, die er noch erlebte, auch nicht ohne. Man konnte sich schneller einen Überblick verschaffen. Digitalisierung ist für den sogenannten Digital Native aber eine «ziemlich normale Entwicklung». Maurin ist von Natur aus gerne auf dem neusten Stand, schraubt in der Freizeit gerne an seinem PC herum und entdeckt neue Dinge. «Ab und zu schalte ich aber auf offline und geniesse das Leben.»

Maurin Stecher,
Drucktechnologe in Ausbildung

Ein dichtes Netz **aus Wissen**



Know-how ist für uns eine der wertvollsten Ressourcen. Im Taktfahrplan in Wissen und Erfahrung zu investieren, lohnt sich deshalb. Daraus entsteht ein eng geknüpftes Netz, das die vielfältigen Projekte unserer Kunden trägt. Drei Mitarbeitende heben wir exemplarisch daraus hervor.

Markus Kappeler **der Bücherflüsterer**

Über 600 Büchern hat Markus Kappeler schon auf die Welt geholfen. Der Programmleiter unserer Buchverlage verantwortet nicht nur unsere Eigenproduktionen, sondern unterstützt auch Firmen, Institutionen und Private bei der Umsetzung ihrer Buchideen.

Markus Kappeler, welche Buchprojekte liegen gerade auf deinem Schreibtisch?

Zurzeit plane ich gegen zwanzig Titel, die 2018 erscheinen werden. Da ist zum Beispiel «Die Schule erstickt – mutige Projekte zur Befreiung» des Schulleiters Dani Burg – ein spannendes Projekt. Auch zwei neue Bände unserer Reihe «Spielebücher für die Hosentasche» sind in der Pipeline: «entspannt» mit beruhigenden Spielen für Körper und Geist und «verrückt» mit schrägen Gruppenspielen. Parallel hält mich die Vermarktung der aktuellen Titel auf Trab.

Angenommen, ich habe eine Buchidee. Wie wird daraus nun ein fertiges Buch?

Zuerst gilt es zu klären: Was ist deine Botschaft? Wie soll dein Buch aussehen? Wen willst du ansprechen? Wo positionierst du das Werk im Markt? In einem knappen Konzept ist das festzuhalten. Zusammen mit einer Textprobe schätze ich dann die Vermarktungschancen deiner Idee ab. Falls wir beide an einer Zusammenarbeit interessiert sind, legen wir die Leistungen fest, listen die Kosten auf und setzen einen Vertrag auf. Wir bieten nach Bedarf sämtliche Dienstleistungen an: Beratung, Lektorat, Gestaltung, Herstellung, Öffentlichkeitsarbeit, Vermarktung und Vertrieb.

Seit rund 25 Jahren begleitest du Buchprojekte. Was macht den Reiz deiner Aufgabe aus?

Ich finde es faszinierend, die Ideen eines Autors, einer Autorin so umzusetzen, dass sie den Weg zu den Menschen finden – als Botschaft verpackt in ein Buch, ein Spiel oder eine digitale Datei. Die Auseinandersetzung mit Fachleuten unterschiedlichster Richtungen ist immer wieder spannend, ebenso die Zusammenarbeit im Haus mit Gestalterinnen, Korrektoren und den Profis in Produktion und Vermarktung.

Bedeutet die Digitalisierung letztlich nicht das Ende des gedruckten Buches?

Digitale Produkte werden unbestritten immer wichtiger – ob als eigenständige Werke oder als Ergänzung zum Print. So produzieren wir Bücher auch als E-Books oder stellen ergänzend Arbeitsblätter, Videos, Musik zum Download bereit. Trotzdem bin ich überzeugt, dass das gedruckte Buch überlebt, weil es sinnlicher und nachhaltiger ist als eine digitale Datei.

Ein Medienhaus, zwei Verlage
Die Brunner Medien AG vereint zwei Buchverlage unter einem Dach. Der rex verlag luzern ist auf Bücher, Lehr- und Hilfsmittel in den Bereichen Pädagogik, Spiele, Religion und Spiritualität spezialisiert. Unter dem Label Brunner Verlag Kriens erscheinen Sachbücher mit Bezug zur Innerschweiz und andere Werke im Auftrag von Firmen, Institutionen und Privaten.

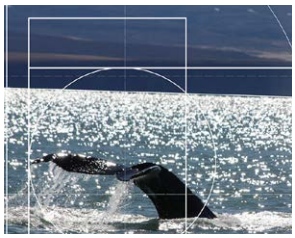
Alles rund ums Buch:
www.rex-verlag.ch
www.rex-buch.ch

Besuchen Sie uns online

Brunner-Blog

Mach mir eine gute Szene

Ein Bild sagt oft mehr als viele Worte. Aber nur dann, wenn es spannend ist und das Hauptsujet optimal in Szene setzt. Dazu gibt es eine goldene Regel und einfache, wirkungsvolle Tricks. Dieser Blogbeitrag zeigt anschauliche Beispiele und verrät, wie Sie selbst schlechte Bilder noch retten können. Und er ermuntert dazu, auch mal etwas experimentierfreudig zu sein.

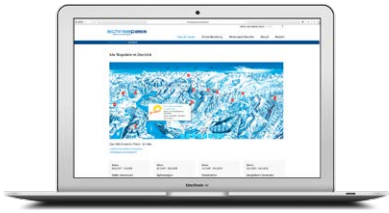


Hier gehts weiter:
www.bag.ch/bildausschnitt

Portfolio

Ab auf die Piste

Für die Transportunternehmungen Zentralschweiz, einen Branchenverband im Bereich Tourismus, konzipierten, gestalteten und programmierten wir den responsiven Online-Auftritt «Schneepass Zentralschweiz». Schmuckstück der Webpräsenz ist eine interaktive Panoramakarte, die einen Überblick über alle Skigebiete der Region Zentralschweiz bietet.



Hier gehts weiter:
www.schneepasszentralschweiz.ch

Brunner Verlag

In fünf Schritten zum Erfolg

Wie werden Strategien effektiv umgesetzt? Mentaltrainer Patrick Erni ist überzeugt: Indem man sich gesetzte Ziele Schritt für Schritt erarbeitet. Dazu sollen alle vorhandenen Kräfte gebündelt werden. In seinem Buch «Der Fünf-Punkte-Plan zum Erfolg» präsentiert Erni ein praxisnahes Vorgehen, das aus fünf Phasen besteht: Bewusstwerdung, Planung, Gedanken und Emotionen, Kommunikation, Tun.

Hier gehts weiter:
www.bag.ch/erni

Brunner Medien AG
Arsenalstrasse 24
CH-6011 Kriens
T +41 41 318 34 34
info@bag.ch • www.bag.ch

ClimatePartner klimaneutral
Druck | ID 11031-1711-1002

FSC www.fsc.org MIX Papier aus verantwortungsvollen Quellen FSC® C018637

Verantwortliche Brunner-Mitarbeitende dieser Ausgabe:
Texte: Armin Barmet, Andrea Strässle
Bilder: Fabienne Spahr
Gestaltung: Melanie Gerber
Druck: Brunner Medien AG

BRUNNER Medien mit Zukunft