

Juli 2004 **Ausgabe 5**

feed back

Hauszeitung der Bruhin AG, Druckerei

Bruhin AG Ein mehr als nur sportlich wertvolles Tennisturnier

Farben Cyan, Magenta, Yellow & Co.

Bächli Bergsport AG Spezialistin für Klettern und Wandern



Ihr Partner für elektronische und gedruckte Kommunikationslösungen

bruhi n ag

Bruhin AG, Druckerei

Pfarrmatte 6 • Postfach 444 • CH-8807 Freienbach

Tel. 055 415 34 34 • Fax 055 415 34 99 • ISDN 055 415 34 97

info@bruhin-druck.ch • www.bruhin-druck.ch

Feedback Bruhin AG

Editorial

2

Urs Bruhin

Geschäftsführer
Bruhin AG



Liebe Kunden
Liebe Leserinnen und Leser

Das vorliegende «Feedback» hätten wir als eigentliches Messeheft gestalten können. Denn innerhalb der letzten Wochen fanden gleich zwei Ausstellungen statt, die unsere Firma stark tangierten. Bei der Gewerbeausstellung Freienbach, der Gewa 04, waren wir mit einem eigenen Stand zugegen, bei der weltweit grössten Messe für die grafische Branche, der Drupa in Düsseldorf, als interessierte Besucher.

Messen zählen unbestritten zu den wirkungsvollen Verkaufs- und Werbemethoden und sie beinhalten darüber hinaus einen hohen Unterhaltungs- und Schau-/Showeffekt. Kein Wunder also, dass sich die Beteiligten nicht lumpen lassen und einen immensen Aufwand betreiben, um sich und ihre Exponate ins rechte Licht zu rücken.

Sich an einer Ausstellung als Besucher zu vergnügen? Dagegen gibts nichts einzuwenden. Etwas anders sieht es aus, wenn ein für die Technik in einem Unternehmen Verantwortlicher die Stände an einer Fachmesse abklappert. Natürlich wird allerorten versucht, durch Gaumen- und Sinneskitzel aller Art die Aufmerksamkeit dieses «Sehmannes» zu wecken. Um nach dem Rundgang ein brauchbares Fazit ziehen zu können, ist also ein gesundes Abwehrverhalten Voraussetzung.

Wie liest sich unsere Folgerung? Vorausschicken möchte ich, dass ich mich hier auf allgemeine Tendenzen beziehe und keinesfalls die einzelnen (computer-)technischen Entwicklungen besprechen will.

Noch schneller, noch billiger, noch automatisierter. Zugegeben, spektakulär tönt das nicht. Trotzdem lässt sich kaum ein anderes Resultat vermitteln. Wie fast überall in der heutigen Wirtschaft spielen Geschwindigkeit und Geld die überragenden Rollen. Ein weiteres Kriterium, die Qualität, wird einfach vorausgesetzt. Die drucktechnische Qualität wohlgerneht.

Allerdings fragt es sich, ob diese Entwicklung tatsächlich die richtige ist. Wenn es um Grossauflagen geht, dann lässt sich kaum etwas bekräfteln. Jedoch, die Auflagen werden in den meisten Fällen genauer aufs Zielpublikum ausgerichtet und demnach kleiner. Da fällt die Druckgeschwindigkeit – im Gegensatz zur einfachen Umrüstungsmöglichkeit der Maschinen – weniger ins Gewicht.

Zudem wird – wie erwähnt – einseitig auf Schnelligkeit und Kosten gesetzt. Dieses Denken schlägt sich endlich auch in anderen Bereichen nieder, etwa beim Niveau des Inhalts. Auch wenn wir bei der Bruhin AG für den «Geschwindigkeitsrausch» gewappnet sind, eines sollten wir einfach nicht vergessen: Die industrielle Erfolgsgeschichte der Schweiz fusste zu einem grossen Teil auf pfliffigen Ideen und der hochwertigen Umsetzung derselben. Vielleicht ist diese Ansicht nicht besonders zeitgemäss... aber überlegenswert erscheint sie mir. Denn schnell und günstig – das können andere auch.

Urs Bruhin

INHALT

Interna

3

Gewerbeausstellung Freienbach
Druckmaschine in Flammen
Gelbe Bälle für einen guten Zweck

Farben

4

Konturen, Schärfe, Störungen

Bächli Bergsport

6

Paradies für Alpinisten

Schwarzkünstler

7

Bruhin-Lehrlinge

Schlusslicht

8

Praktisch: Serviettenbeutel
Neu: www.bruhin-druck.ch
Schreckliches Ende eines Cartoons

IMPRESSUM

Herausgeber

Bruhin AG, Druckerei

Pfarrmatte 6

Postfach 444

CH-8807 Freienbach

Telefon 055 415 34 34

Telefax 055 415 34 99

ISDN 055 415 34 97

info@bruhin-druck.ch

www.bruhin-druck.ch

Gesamtherstellung und Druck

© Bruhin AG, Druckerei
CH-8807 Freienbach

In den Händen halten Sie eine Drucksache, die mit unserer 5-Farben-Maschine Komori Lithrone 540 auf gestrichen mattes Papier 150g/m² im FM-Raster Staccato gedruckt worden ist. Auflage: 3800 Ex. Das Layout wurde hergestellt mit QuarkXPress 5.0.1, Bild-/Logobearbeitung mit Adobe Photoshop 7.0 und Illustrator 10.0.

Bruhin AG an der Gewa

3

Gewa 04: gute Atmosphäre und interessante Gespräche bei bunten Drinks

Für die Unternehmen eines Dorfes oder einer nicht allzu grossen Region bildet eine Gewerbeausstellung eine ideale Möglichkeit, sich zu präsentieren. Dabei muss nicht unbedingt das «Umsatzbolzen» im Vordergrund stehen.

Vom 28. April bis zum 2. Mai waren in Freienbach vier eigens für die Gewerbeausstellung errichtete Festzelte quasi das Zentrum des Lebens. Auf jeden Fall durften sich die an der Messe teilnehmenden Betriebe nicht über mangelnden Zulauf beklagen.

Wie im letzten «Feedback» angekündigt, war unsere Bruhin AG mit einem eigenen Stand zugegen. Dabei hatten wir uns zwei Ziele gesetzt. Einmal sollte dem Publikum gezeigt werden, dass unser Betrieb mehr als «nur» eine Druckerei ist, nämlich ein Haus für (vernetzte) Kommunikation. Zudem wollten wir die Meinung von Dritten, also nicht von Kunden, über die grafische Branche und über

Printprodukte erfahren. Kein Wunder, dass sich auf dieser Basis interessante und erhellende Gespräche ergaben. – Da hätte es eigentlich unseres «Farbtrunks» gar nicht bedurft. Jedoch, der hat sich als eigentlicher «Renner» (wenn man dieses Wort für etwas Flüssiges denn verwenden will!) herausgestellt.

Kaum erstaunlich also, dass wir nach fünf anstrengenden Tagen sagen konnten: Die Gewa Freienbach 04 war für die Bruhin AG eine gelungene und erfolgreiche Veranstaltung, und der (durchaus auch persönliche) Aufwand hat sich gelohnt.



Vom musealen Tiegel zeigte sich Alt und Jung beeindruckt

Trotz «verlängertem» Freitagabend schaffte es der Fotograf am Samstag in aller Herrgottsfrühe ins Ausstellungszelt, um unsern Gewa-Stand für einmal ohne Publikum ablichten zu können

Rauch über einer Druckmaschine

Kleine Ursache, grosse Wirkung. Dieses geflügelte Wort hätte sich im Maschinensaal der Bruhin AG fast in ungemütlichem Sinne bewahrheitet. Gewissenhafter Brandschutz verhinderte aber Schlimmeres.

Druckmaschinen müssen gereinigt werden. Diese Aufgabe sollte man auch tunlichst ernst nehmen, andernfalls lassen sich keine guten Druckresultate erzielen. Allerdings ist beim Putzen Vorsicht Pflicht, enthalten diverse Reinigungsmittel doch einen hohen Anteil an Alkohol. (Nicht trinkbaren, wie wir hier doch anführen möchten!)

Manchmal hilft aber alles Aufpassen nichts! Als letztthin eine Reinigung anstand, genügte

ein Funke, um den Alkoholdampf zu entflammen! Mit den entsprechenden Gerätschaften liess sich das Feuer innert kurzer Zeit löschen, so dass lediglich an einem Druckwerk Schaden entstand.

Da hat es sich also buchstäblich ausbezahlt, dass unsere Brandschutzequipe (Mike Wüller, Leiter DTP, und Michael Ruoss, Lehrling im vierten Jahr) erst kurz vor dem Ereignis sämtliche Feuerlöscher vorschriftsgemäss überprüft hatte. Gleichzeitig waren auch die Verbandskästen à jour gebracht worden. Die Idee, einen internen Brandschutz aufzuziehen, ist Michael Ruoss zu verdanken. Die Inspiration dazu hatte er sich als aktives Mitglied bei der Freiwilligen Feuerwehr Pfäffikon SZ geholt.

Qualifikation: 16. bis 18. Juli
Hauptturnier: 22. bis 25. Juli

LUNA-OPEN: TENNIS FÜR EINEN GUTEN ZWECK

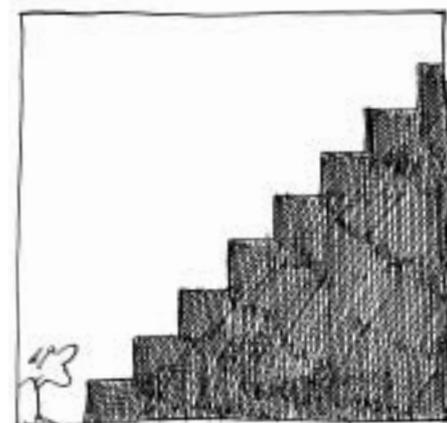
Ob Sportsponsoring etwas bringt, ist auch in Werbekreisen umstritten. Bei manchen Aktionen stellt sich die Frage nicht, denn sie sind so oder so ein Gewinn!

Letztes Jahr rief der Lions Club Zumikon eine Stiftung namens Luna ins Leben. deren Ziel ist die Unterstützung von Projekten, die sexuell ausgebeuteten und misshandelten Kindern und Jugendlichen in der Schweiz helfen.

Eines der Vorhaben nennt sich Luna-Open. Dieses heuer erstmals auszutragende internationale Turnier für Damen und Herren wird im Tenniscenter Ried-Wollerau abgehalten. (Nur so nebenbei: eine gewisse Martina Hingis figuriert im Mitgliederverzeichnis des TC Ried.) Die Matches bestreiten durchaus valable Köhner, denn eine Woche vor Beginn der NLA-Saison werden viele in- und ausländische Cracks die Gelegenheit für einen Formtest nützen.

Wir fanden die Idee gut und unterstützenswert, und deshalb zählt die Bruhin AG zu den Hauptsponsoren des Luna-Open.

Informationen zur Veranstaltung stehen unter www.lunaopen.ch zur Verfügung.



Der Fachmann merkt sofort
Der hier treibt keinen Sport

Farben

4

Das Drucken wird selbst heute noch als die Schwarze Kunst bezeichnet. Dabei beweisen die vielen bunten Prospekte, Zeitschriften, Plakate usw., dass der Name (meistens) in die Irre führt. Farbige ist gefragt – manchmal auch für Anwendungen, bei denen sie keinen Sinn macht. Trotzdem, nur schwarzweiss oder grau wäre langweilig, deshalb beschäftigen wir uns in, vorerst, zwei Artikeln mit Cyan (Türkis), Magenta (Purpur) und Yellow (Gelb).

Die Farbenlehre zählt zu den komplexen Wissensgebieten, und auch der Farbdruck hat es in sich. Dabei lümmelt sich der Teufel, wie so oft, im Detail herum. Oder anders gesagt: Wäre es Sinn dieses Artikels, das Thema von allen Seiten zu betrachten, der Inhalt der «Feedbacks» der nächsten Jahrzehnte stünde fest. Deswegen sollen und können die folgenden Ausführungen kein Fachbuch für Farbenlehre oder Farbmeterik ersetzen. Sie vermitteln jedoch eine Einführung in die Thematik. Dass es dabei nicht ohne Technik geht, liegt in der Natur der Sache.

Farbenblindheit erschwert die Diskussion

In der Druck- und Reproduktionstechnik spielt der Begriff «Farbe» in zweierlei Hinsicht eine Rolle:

- Er bezeichnet die Substanz, also die Druckfarbe
- Er stellt die beschreibende Grösse bei der eigentlichen Reproduktion dar. Volkstümlicher gesagt, gibt er an, welche Menge einer Farbe beim Drucken eingesetzt wird. Diese Angabe erfolgt in %.

Letzteres besagt, wie kräftig eine Farbe ausfällt. Doch stellt sich dabei ein Problem: der Mensch bzw. dessen Auge. Der eine sieht statt ein Grün ein Grau, der andere erkennt überhaupt keine Farben. Überdies wird dieser Mangel vom Einzelnen nicht empfunden, kennt er doch nichts anderes. Deshalb kann es passieren, dass zwei Personen die gleichen Farben betrachten und trotzdem völlig verschiedene sehen. Dass dies die Zusammenarbeit, etwa mit der Druckerei (!), erschwert, braucht kaum betont zu werden.

CMY/CMYK – einmal mit und einmal ohne Schwarz (Bildmitte)

Cyan, Magenta, Yellow & Co.

Grundsätzlich unterscheidet man Farbenschwachsichtigkeit sowie Farbenblindheit für verschiedene Farben. Die häufigsten Farbsinnstörungen sind angeboren und erblich, treten vermehrt bei Männern auf und betreffen die Farbe Grün. Durch eine Untersuchung mit Hilfe von Farbtafeln kann man in der Regel den Farbuntüchtigen vom normal Farbsehenden gut unterscheiden. Leider existiert für die meisten Farbsinnstörungen weder eine Therapie noch eine Prophylaxe.

Zapfen für den Farbsinn

Für das Farbenunterscheidungsvermögen sind die sogenannten Zapfen der Netzhaut verantwortlich. Diese Sinneszellen können Lichtstrahlen im Wellenbereich zwischen etwa 760 nm (Rot) und 380 nm (Blau) wahrnehmen. Dies geschieht dank drei in den Zapfen vorhandenen Sehsubstanzen, die je nach Wellenlänge des einfallenden Lichts in unterschiedlicher Weise gereizt werden und so zu verschiedenen Farbempfindungen im Gehirn führen. Dass sich sämtliche Farbtöne des Spektrums wahrnehmen lassen, ist der Mischung (im Gehirn) der drei Grundfarben Rot, Grün und Blau zu verdanken.

Farbgestörte Männer

Wie erwähnt, sind die häufigsten Farbsinnstörungen angeboren, und sie werden geschlechtsgebunden vererbt, so dass deutlich mehr Männer (etwa 8 % aller Männer) als Frauen (etwa 0,4 %) betroffen sind. Am meisten tritt eine Grünschwäche auf (50 % der Fälle), gefolgt von Grünblindheit (25 %), Rotblindheit (15 %) und Rotschwäche (10 %). Hingegen sind Störungen im Blaubereich sehr selten, ebenso eine totale Farbenblindheit.



Vorsicht ist bei einem Gelbsehen geboten. Dies kann von Vergiftungserscheinungen durch bestimmte Stoffe oder Medikamente herrühren.

Wenn Rot und Grün grau sind

Je nach Ursache weisen die Betroffenen mehr oder weniger stark ausgeprägte Farbsinnstörungen auf, die gemäss dem Gesagten in der Regel im Rot-Grün-Bereich liegen. Vor allem eine Unterscheidung zwischen diesen beiden Farben gestaltet sich schwierig. Ein rein grüner Farbeindruck wird bei diesen Personen als gräulich empfunden. Bei der völligen Farbblindheit können keine Farben, sondern lediglich Helligkeitsunterschiede wahrgenommen werden. Bei erworbenen Farbsinnstörungen sind je nach Erkrankung auch andere Funktionen eingeschränkt, die sich dann z.B. in Lichtempfindlichkeit, reduzierter Sehschärfe oder einem Gesichtsfelddefekt äussern.

Diagnose mit Zahlen

Eine Überprüfung des Farbsinnes kann mit Farbtafeln durchgeführt werden. Diese Tafeln enthalten aus verschiedenen Farbflecken zusammengesetzte Zahlen auf ebenfalls geflecktem, andersfarbigem, aber hellkeitsgleichem Grund. (Wohl jedem bekannt sind die rote 9 auf grün/braun-gepunktetem Untergrund.) Sie werden von Farbuntüchtigen teilweise nicht erkannt. Dank diesen Zahlenproben lassen sich also Schlüsse auf die Art der vorliegenden Farbsinnstörung ziehen.

Farben sehen, ohne Farben zu sehen

Farbe wird üblicherweise definiert als diejenige Empfindung, die es uns ermöglicht, zwischen zwei strukturlosen Flächen gleicher Helligkeit zu unterscheiden. Es lohnt sich, gleich zu Anfang auf einige Aspekte dieser Definition näher einzugehen.

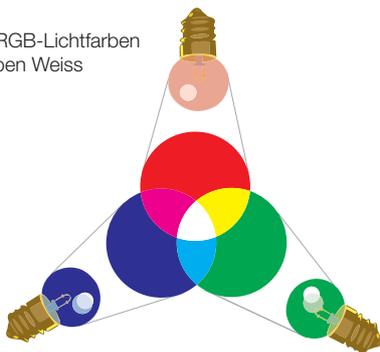
Zunächst ist wichtig, dass Farbe eine Empfindungsgrösse ist. Es ist nämlich nicht das Licht, das farbig ist. («The rays are not coloured», meinte Isaac Newton.) Sondern: Das Licht wird zunächst im Auge in Nervenimpulse gewandelt. Erst durch die Verarbeitung im Gehirn kommt es zu der Empfindung, die wir Farbe nennen. Für uns scheint das Farbsehen wegen der Objekterkennung und der Bildsegmentierung bedeutend zu sein.

Fast überall «scharfer» Geier



Bereits 1676 hatte der besagte Physiker Newton sowohl theoretisch als auch experimentell die Zerlegung des «weissen» Lichts in sieben unterschiedliche Farben des Spektrums nachgewiesen. Allerdings ging Newton von einem physikalischen Modell aus, welches Licht als Partikel beschreibt. Dies wirkte sich fatal aus, denn durch seinen Einfluss verhinderte er lange, dass sich das Wellenmodell, wie es z.B. von Thomas Young und Cristiaan Huygens (1629–1695) vertreten wurde, Anerkennung fand. – In der Literatur und bei den Farbeinstellungen für Computerprogramme findet man dieses System als RGB-(Rot-Grün-Blau-)Modell.

Drei RGB-Lichtfarben ergeben Weiss



Das RGB-System

Es beruht auf den drei Primärvalenzen Rot, Grün und Blauviolett. Wie eingangs dieses Artikels besprochen, werden die Zapfen der Netzhaut durch die unterschiedlichen Wellenlängen des Lichts unterschiedlich stark gereizt. Beim RGB-Modell bewirkt jede dazukommende Lichtfarbe einen helleren Farbton, was letztendlich zu Weiss führt.

Am PC kann eine Farbe durch ihre Anteile an den drei Primärvalenzen festgelegt werden, oder anders gesagt: Jede Farbe definiert sich durch jeweils einen Rotwert, einen Grünwert und einen Blauviolettwert.

Jeder dieser drei Farbwerte wird durch ein Byte (acht Bits) dargestellt, also einer Zahl zwischen 0 und 255 (inkl. dieser beiden). Wird eine Primärvalenz zur Darstellung eines Farbtons nicht benötigt, beträgt der entsprechende Zahlwert 0. – Da jede der drei Primärvalenzen in 256 Stufen (0 bis 255) dargestellt wird, sind mit diesem System bis zu 16,7 Mio. ($256 \times 256 \times 256 = 16777216$) unterschiedliche Farben definierbar.

Wie gesagt, arbeitet das RGB-System additiv. Die einzelnen Primärvalenzen werden also zum entsprechenden Farbton hinzugezählt. Sind alle drei Farbwerte gleich 0, sind schlicht keine Lichtfarben vorhanden. Dies entspricht dem Schwarz. Gilt hingegen für alle drei Farben der höchste Wert, 255, entsteht Weiss (siehe dazu auch die Abbildung).

Das CMY-System und das CMYK-System

Bei der Erstellung von gedruckten Medien wird das CMY- bzw. das CMYK-System angewandt. Es handelt sich hierbei um eine subtraktive (subtrahieren = wegnehmen, entfernen, abzählen) Farbmischung, die auf den drei Primärfarben Cyan, Magenta und Yellow basiert.

CMY – drei Farben genügen (fast)

Grundsätzlich lassen sich praktisch alle Töne aus den drei Grundfarben (eben Cyan, Magenta und Yellow) mischen. Allerdings kennt dieses Verfahren einige Nachteile.

In der Praxis ist es sehr schwierig, auf diese Weise ein reines Schwarz zu drucken; ganz abgesehen vom hohen Farbverbrauch durch die Verwendung aller drei Farben und einer längeren Trocknungszeit.



Die CMY-Körperfarben ergeben Schwarz

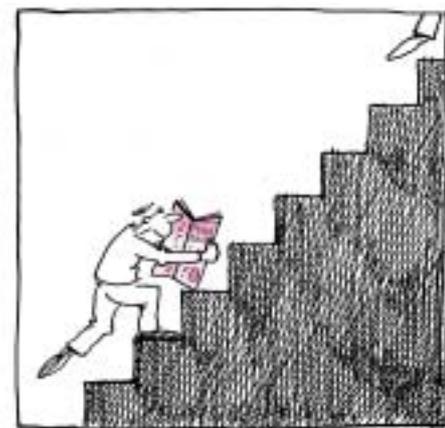
Zudem ist es bei feinen Linien, wie diese z.B. bei Schriften vorkommen, nicht ratsam, dies in drei Druckvorgängen (je Farbe ein Druckvorgang) zu bewerkstelligen. Schon kleine Passerdifferenzen lassen nämlich das Schriftbild farbig schimmernd erscheinen.

CMYK – für Konturen und Schärfe

Aus dem zu CMY Gesagten kann man folgern, dass eine vierte Druckfarbe – Schwarz – grosse Vorteile verspricht. Somit wären wir glücklich beim Vierfarbendruck angelangt. Mit Schwarz (black) in einem Vorgang gedruckte Schriften und Linien fallen wirklich scharf aus. Zudem werden Fotos und Grafiken durch das Schwarz kontrastreicher, wie die beiden Tierbilder beweisen.

Sowohl im CMY- als auch im CMYK-System werden die Farbwerte wieder durch Zahlenwerte definiert. Hier liegen die Werte zwischen 0 und 100 %. Keine Farbe wird durch 0 % ausgedrückt, 100 % entsprechen dem maximalen Anteil einer Farbe.

Weiss wird also erreicht, indem man keine Farbe auf das weisse Papier druckt, Schwarz, indem man beim CMY-System alle drei Farben bzw. beim CMYK-System Schwarz druckt. – (Ist der Untergrund nicht



Aufwärts geht es mit ihm, immer schneller
Denn «Feedback»-Leser sind wif und heller

weiss, dann bleibt nichts anderes übrig, als das Weiss als Sonderfarbe zu drucken.) Allerdings stossen diese Systeme bei gewissen Farben an ihre Grenzen, z.B. bei jenen nach RAL oder bei Sonderfarben wie Gold und Silber. Aber das wird Gegenstand des Folgeartikels im nächsten «Feedback» sein.

Eine nützliche Adresse zum Schluss

Falls Sie sich eingehender mit dem interessanten Gebiet der Sehstörungen beschäftigen möchten, dann sei Ihnen folgende Internetseite empfohlen: www.m-ww.de/krankheiten/augenkrankheiten/farbsehstoerungen.html.

Bächli Bergsport

Gut gerüstet, ist halb gekraxelt



Vor drei Jahrzehnten wurde Bächli Bergsport gegründet. Bis Anfang der 1990er Jahre entwickelte sich die Firma langsam aber stetig. Seither erwuchs aus einem einzigen Ladengeschäft eine eigentliche Kette. Vom Wanderer bis zum Extremkletterer findet jeder die ihm zusagende Ausrüstung und die passenden Kleider.

Wir haben uns mit Geschäftsführer Felix Bächli über die Firma, die Faszination des Kletterns und das weniger schwindelerregende Wandern unterhalten.

Was bewog Ihre Eltern, Margrit und Heinz Bächli, ein auf den Alpinismus spezialisiertes Geschäft zu gründen?

Mein Vater war Lehrer, träumte aber immer davon, selbständig zu sein. Deshalb machte er sein Hobby zum Beruf. Trotz bescheidener finanzieller Mittel wagte er es, das sichere Umfeld zu verlassen und auf Eigenständigkeit zu setzen.

Liesse sich das Vorgehen heute wiederholen?

Schwerlich. Damals bestanden nur wenige auf das Bergsteigen ausgerichtete Geschäfte. Zudem wuchs das Angebot an Geräten, Ausrüstungsgegenständen und Kleidern in den letzten Jahren enorm, was teure Lager- und Verkaufsflächen bedingt.

Die Geschichte des Unternehmens legt nahe, dass der Aufbau einer Ladenkette kein vorrangiges Ziel war?

Zur Expansion entschlossen wir uns vor rund 19 Jahren. Damals trat ich in das Unterneh-

men ein. 1999 lancierte ich ein vollintegriertes Warenbewirtschaftungssystem. Dieses war Voraussetzung für einen Ausbau.

Heute verfügen Sie über sieben Filialen sowie ein Zentrallager. Geht es im eingeschlagenen Tempo weiter?

Im Oktober eröffnen wir in St.Gallen-Winkeln zwei Geschäfte im Westpark.

Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt die Gruppe?

Rund 85, wovon etwa 50 im Verkauf tätig sind. Die übrigen arbeiten in der zentralen Administration in Schwerzenbach oder in der grossen Versandabteilung am selben Ort.

Angesichts der Grösse des Unternehmens können Sie sich kaum auf Bergsteigen beschränken?

Wir zählen auch viele Wanderer zu unseren Kunden, wobei die Grenzen, etwa zwischen Bergwandern und einfachem Klettern, sehr flussend sind.

In den letzten Jahren gedieh das Bergsteigen zum Fernsehspektakel.

Dem ist so. Das belebt zwar den Markt, führt aber zu einer Kommerzialisierung des Sports. Immer mehr Wände werden flächendeckend eingebohrt und viele ehemals ernste Routen plaisiermässig saniert.

Wie sehen Sie das Verhältnis zwischen den traditionellen Kletterern und den Free-climbern?

Im Wesentlichen unterscheiden sich die beiden Gruppen in der Frage um die Absicherung einer Route. Setzt man viele oder wenige Haken? Speziell heikel ist dies bei der Sanierung berühmter Klassiker.



Felix Bächli
Geschäftsführer
Bächli Bergsport

Wie stehen Sie zum Klettern in der Halle?

Sehr positiv. Es belebt unbestritten das Geschäft, ist ideal für den Einstieg und verschafft willkommene Trainingsgelegenheiten.

Naturschützer teilen selten Ihre Begeisterung für den Alpinsport.

Eigentlich haben Wanderer, Bergsteiger und Naturschützer die gleiche Ansicht: Die Natur ist schön, und wir sollten ihr Sorge tragen. Allerdings eröffnet sich auch ein Spannungsfeld, denn mehr Sportler heisst gleichzeitig mehr Verkehr, mehr Abfall, mehr Lärm. Um diese Probleme in den Griff zu bekommen, werden wir wohl – gemeinsam! – nach neuartigen Lösungen suchen müssen.

Eine abschliessende Frage zum Klettern: Wo liegt dabei für Sie die Faszination?

Man lernt sich und seine Grenzen kennen, versteht seine Angst zu kontrollieren, verspürt Stolz auf die eigene Leistung, und ich kann den Sport in der freien Natur ausüben. Zudem: Kennen Sie was Eindrücklicheres als Berge?

Herr Bächli, besten Dank für das Gespräch.

Firmengeschichte

- 1974 Gründung in Volketswil durch Heinz und Margrit Bächli
- 1977 Umzug nach Oerlikon
- 1994 Outlet* in Volketswil
- 1995 Eintritt von Sohn Felix Bächli (vorher 4 Jahre Teilzeit)
Filiale Schönbühl; Outlet Bern
- 1999 Administration und Zentrallager ziehen nach Schwerzenbach
- 2000 Inbetriebnahme E-Commerce-Shop
- 2002 Filiale Schönbühl disloziert nach Bern; Filiale in Basel

- 2003 Filiale und Outlet in Kriens
- 2004 Im Oktober Eröffnung einer Filiale und eines Outlets in St.Gallen

*In den Outlets werden Vorjahreskollektionen und Liquidationsposten sehr günstig angeboten

Informationen/Versandhandel

www.baechli-bergsport.ch

Bruhin AG als Partnerin

Mediendatenbank, Gestaltung und Druck der Kataloge (zweimal jährlich)

Schwarzkünstler

Drucktechnologie – ein Hightech-Beruf

7

Die Druckerei Bruhin bildet neben Polygrafen und KV-Lehrlingen natürlich auch Drucktechnologe aus. Der Zweitlehrjahr-Stift Marko beschreibt auf dieser Seite den Beruf «Drucktechnologie» und stellt seinen Arbeitsplatz vor.

Ein Druckerlehrling sollte Interesse an Technik, Physik und Chemie haben und gerne mit elektronischen Geräten arbeiten. Selbständigkeit und Teamfähigkeit werden genauso vorausgesetzt wie eine exakte Arbeitsweise. Ein Drucker muss feinste Farbnuancen sicher unterscheiden können. Eine gute Beobachtungsgabe und schnelles Reaktionsvermögen sind wichtig, ebenso ein verantwortungsbewusster Umgang mit teuren und komplizierten Maschinen und Geräten.

Unser Drucktechnologe
im 2. Lehrjahr,
Marko Nerandzic



Schule

Die Lehre dauert 4 Jahre. Die theoretische Ausbildung findet an der Berufsschule in Zürich statt. Im 1. Lehrjahr sind es 2 Tage pro Woche, ab dem 2. Lehrjahr 1 Tag.

Berufsbezogene Fächer sind: Grundlagenkenntnisse, Fachkunde, Visuelle Kommunikation, Druck- und Weiterverarbeitungstechnologie, Sprache und Kommunikation sowie Allgemeinbildung. Es besteht die Möglichkeit, parallel die Berufsmittelschule (BMS) zu besuchen. Die bestandene Matur berechtigt zum prüfungsfreien Zugang zu den Fachhochschulen.

Arbeitsplatz und Aufgaben

Die praktische Ausbildung geschieht in der Bruhin AG, ergänzt durch Einführungskurse. Die Ausbildung findet im Bogenoffset statt. Mein Arbeitsplatz besteht aus einem eigenen Abteil, ausgestattet mit einer Zweifarben-Offsetdruckmaschine und dem passenden Werkzeug. Die Druckplatten werden direkt ab dem Computer belichtet und automatisch druckfertig gemacht.

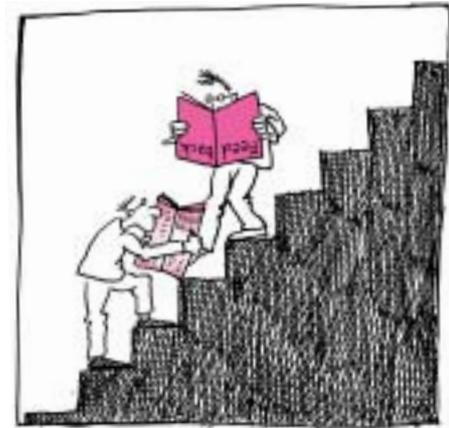
Weiterentwicklung

Eine abgeschlossene Lehre als Drucktechnologe bietet viele Weiterbildungsmöglichkeiten:

- Spezialisierungen auf digitale Druckformenherstellung
- Leitstandtechnik oder Spezialdruckverfahren
- Viele Kursangebote von Berufsverbänden, Berufs- und Fachschulen
- Berufsprüfungen
 - Druckkaufmann BP
 - Druckfachmann BP
 - Höhere Fachprüfung als dipl. Fachmann der Druckindustrie HFP
 - Höhere Fachschulen als Techniker TS in den Bereichen Druck, Polygrafie und Medien.

Offsetverfahren

Das Offsetverfahren nützt die Tatsache aus, dass Fett (Druckfarbe) und Wasser sich gegenseitig abstoßen. Feucht- und Farbwalzen rollen nacheinander über die mit Chemikalien behandelte Druckplatte. Das Druckbild wird von der Platte auf einen Zylinder übertragen, der mit einem Gummituch bespannt ist, und dann mit Hilfe eines Gegenruckzylinders gedruckt.



Selbst die Jungen, sonst fürs Lesen faul
Sind vertieft und halten still das Maul

Beim Prüfen der Druckformen mische ich Farbtöne und erstelle Probedrucke, die ich kontrolliere. Auch minimale Unstimmigkeiten, die für Sie kaum feststellbar sind, korrigiere ich. Farbunterschiede, die auch für mich nicht sichtbar sind, messe ich elektronisch und korrigiere sie.

Mit der Digitalisierung und dem Verfahren Computer-to-Plate wurde der Beruf der Drucktechnologinnen und -technologe zum Hightech-Beruf.

Abschluss

Nach bestandener Lehrabschlussprüfung erhält man das eidg. Fähigkeitszeugnis als «Gelernter Drucktechnologe».



Schlusslicht

Unser Angebot



Bruhin AG – Ihre Partnerin für alle Fälle

Medienvorstufe

Typografische Gestaltung
DTP-Problemlösungen
Scannen
Korrektorat
Digitale Rasterproofs
CTP-Belichtungsservice
Mediendatenbank
Crossmedia-Lösungen
Web-Design

Druck

Bogenoffset
Rollenoffset

Buchbinderei

Schneiden
Falzen
Stanzen, Perforieren, Rillen
Heften
Klebebinden
Adressieren, Verpacken

Spedition

Versand
Logistik
Lagerung, Verwaltung

Produkte

Verpackungen
Broschüren, Prospekte
Geschäftsdrucksachen
Kundenmagazine
Kataloge
Kalender
Rotairs, Steller
Folien
Tischsets, Tischläufer

FARBENDRUCK

Cyan, Magenta,
Yellow oder Schwarz –
wir wissen, wie damit
kontrastreich umgehen



bruhi n ag

Bruhin AG, Druckerei
Pfarmmattenstrasse 6
Postfach 444
CH-8807 Freienbach
Telefon 055 415 34 34
Telefax 055 415 34 99
ISDN 055 415 34 97
info@bruhi n-druck.ch
www.bruhi n-druck.ch

Serviettenbeutel: Rationalisieren kann durchaus attraktiv sein

Wenn die Hektik im Restaurant am grössten ist, alle auf ihr Essen warten, muss das Servierpersonal noch die Zeit finden, immer neue Gedecke aufzutragen. Das der einen oder dem andern dabei die gute Laune etwas abhanden kommt, erscheint irgendwie verständlich. Dabei wäre es doch ganz praktisch, Serviette und Besteck liessen sich im Voraus in ein schönes Behältnis stecken und könnten hinterher schnell und bequem dem Gast präsentiert werden. So haben wir uns das gedacht – und so klappts auch! Beim neuen Beutel wird die Serviette automatisch eingesteckt, Messer, Gabel und Löffel werden händisch eingeschoben. Letzteres geschieht in den «flauen» Stunden. Der Beutel kann neutral oder farbig gehalten sein. Am besten wirkt natürlich ein Mehrfarbendruck, etwa



Sie erleichtern die Arbeit, sind hygienisch und wirken erst noch gut: die neuen Serviettenbeutel

mit einem Logo der Gaststätte oder eines Lieferanten. Den grössten Rationalisierungseffekt erzielt der Serviettenbeutel in Gastbetrieben und in Kantinen. Am werbewirksamsten wird er von Getränkeherstellern und Zulieferern der Verpflegungsbranche eingesetzt. Aber, weshalb sollte nicht irgendein anderes Unternehmen damit für beste Eigenwerbung sorgen?

Felix Bruhin: Brainstormers

Im Editorial der letzten Ausgabe hatten wir erwähnt, dass Felix Bruhin – zusammen mit seiner Gattin, Katja Bruhin – eine eigene Firma ins Leben gerufen hat, deren Zweck das Aushecken neuer Marketingideen und -konzepte ist. Nun hat das Kind einen Namen erhalten: Brainstormers. Mehr im Internet unter www.brainstormers.ch.

Schöne Sommerferien!

Durchatmen, Arme und Beine baumeln lassen, Bauch in die Sonne halten... das ist zurzeit die wichtigste Aufgabe der Redaktion. Schliesslich ist ein halbes Jahr geschafft (bzw. zwei Nummern. Nun ja, immerhin!). Bis Sie das dritte «Feedback» 04 in Ihrem Briefkasten finden, müssen Sie sich bis Ende der grossen Ferien gedulden. Um den Monatswechsel August/September wird es soweit sein!

www.bruhi n-druck.ch

Alles neu! Neue Bilder, neue Texte und eine neue Gestaltung. Wenn Sie erfahren möchten, wie sich die Bruhin AG von den bescheidenen Anfängen zur heutigen Grösse entwickelte, weshalb unsere Firma ein eigentliches Kompetenzzentrum für Druck und Kommunikation ist, dann lohnen sich einige Minuten des vergnüglichen Surfens bestimmt. – Weitere Verbesserungen sind geplant, doch dazu im nächsten «Feedback» mehr!

