



Von Dipl.-Ing. Hans-Georg Wenke

# Vielseitigkeit als Prinzip

Fotorotar (Egg/ZH) setzt als Medienproduzent bewusst auf mehrere konkrete Schwerpunkte

## REPORTAGE



»Ja, was sind Sie denn nun eigentlich?« Geschäftsführer Jörg Konrad und sein Kollege

Otto Brunner kennen diese Frage, die mancher stellt, wenn er hört, was Fotorotar »so alles macht«. Drucken, Internet, Sicherheits- und Wertschriftendrucke, Digitaldrucke, Logistik, Fotobücher ... und einiges mehr. Eben, das ist die Strategie: das Unternehmen ist »unter einem Dach« eigentlich ein Konglomerat verschiedener Produktions- und Leistungs-Einheiten, die synergetisch zusammenarbeiten. Aber spezifisches Knowhow entwickeln und parallel verschiedene Leistungen vermarkten. Dieses Vielseitigkeit hat sich bewährt.

Der vielleicht etwas seltsam klingende Name alleine kann schon einmal verwirren. Denn einzig mit dem prägnanten Wort »Foto« hat das Unternehmen heutzutage nicht mehr unmittelbar »etwas am Hut«. Es entstand nämlich 1927 als eine mechanische Werkstatt, gegründet durch August Traber, die sich bald darauf spezialisierte, Gouillochiermaschinen zu bauen. Geräte, die schwingende Muster erzeugen konnten, die jeweils einmalig waren und sich deshalb hervorragend eignen, als Sicherheitsmerkmal Drucksachen fälschungssicher zu machen. Erst wurden diese Linien mechanisch erzeugt, später durch einen pendelnd-schwingenden Lichtstrahl, daher die Silbenkombination Foto und Rotar – von rotierend.

### Veränderung und Vielfalt

Die Sache mit der Sicherheitstechnik und den Sicherheitsdrucken hat man erst später wieder aufgenommen, hat also keine ununterbrochene Beziehung zu den damaligen Maschinen. Denn das Unternehmen durchlebte einiges an Wandel, der aufzuzählen fast eine Story für sich ist. Aber schlüssig beweist: Veränderungen und Vielfalt sind dem Unternehmen sozusagen in die Gene gelegt.

Doch im Gegensatz zu früher, als etliche Zufälle die Firmengeschichte lenkten, geht man heute in Egg sehr gezielt und strategisch an die Vertiefung und Weiterentwicklung des

Gesamtunternehmens, das in einem großzügig dimensionierten, seinerzeit selbst errichteten Gebäude Platz gefunden hat.

Die Funktion als »ganz normale Akzidenzdruckerei« ist und war schon seit langem eine feste Größe in diesem Konglomerat, doch weil, wie Jörg Konrad es ausdrückt, »von konventionellen Druckereien im Moment sehr viel Kreativität gefordert wird« (er meint damit unternehmerische Kreativität), setzen Otto Brunner und er auf Diversifizierung. Bei gleichzeitiger Bereitschaft, permanent zu den »early adopters« sinnstiftender Technologien und Anwendungsfelder zu gehören.

Die Kehrseite der Medaille ist, oft und intensiv auf dem Markt Pionierarbeit leisten zu müssen. Das nehmen sie gerne in Kauf, »weil es gleichzeitig einen Vorsprung in Wissen und Können verschafft«. Die sprichwörtliche Nasenspitze voraus sein, so heißt diese Devise übersetzt.

### Das Fälschen schwer machen

Zwei dieser Bereiche sind Digitaldruck und Sicherheitsdruck. Letzterer vor allem in Kombination mit Buchdruckmaschinen, Offset- und Siebdruck. Hierfür investiert das Unternehmen in vielfältige Sicherheitstechnik, weil so Drucke entstehen, die oft beträchtliche Werte zertifizieren.

Das damit verbundene Know-how ist massiv und man ist sich sicher, dass das »eine andere Druckerei

nicht mal eben auf die Schnelle« erwerben kann. In ganz Europa, so weiß Jörg Konrad aus Konferenzen, Marktbeobachtungen und von seinen Kunden, gibt es kaum mehr als zwei dutzend vergleichbarer Betriebe 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



Die beiden Geschäftsführer der Fotorotar AG, Otto Brunner und Jürg Konrad, setzen auf Diversifizierung bei gleichzeitiger Bereitschaft, permanent zu den »early adopters« sinnstiftender Technologien und Anwendungsfelder zu gehören.

## PROFIL: FOTOROTAR AG

Die Fotorotar AG in Egg ist mit rund 130 Mitarbeitern eine der führenden Druckereien im Großraum Zürich, in einigen Bereichen liegt sie schweizweit an der Spitze. Bereits seit ihrer Gründung 1930 ist der Sicherheitsdruck eines ihrer Spezialgebiete. Mit der Akquisition der Geschäftseinheit Wertpapier der Firma Trüb AG übernimmt die Fotorotar AG nun die Marktführerschaft in diesem Bereich. Nur mehr ihr und zwei weiteren Druckereien der Schweiz erteilt die Vereinigung der Schweizerischen Effektenbörsen das Recht, Wertschriften herzustellen.

Insgesamt ist das Unternehmen für die Verarbeitung einer breiten Palette an Drucksachen aller Art ausgerüstet und liefert in seinem Kerngeschäft, dem Drucken, täglich Wertpapiere, Geschäfts- und Werbetrucksachen, Bücher wie auch Zeitschriften in hohen Auflagen. Die Cyberfactory, ein neueres Standbein der Fotorotar AG, entwickelt und realisiert mit viel Know-how und Kreativität Lösungen in der Welt der digitalen Daten. Dazu gehören Crossmedia, Content Management, Bild- und Textdatenbanken, Gestaltung und Unterhalt von Webauftritten wie auch komplette Corporate-Design-Beratungen. Als Generalunternehmen der grafischen Branche unterstützt die Fotorotar AG ihre Kunden in allen Kommunikationsbereichen.

Als zweites Unternehmen der Schweiz stellte man hier seinerzeit eine 10-Farben-Maschine von Heidelberg auf. Diese wird nunmehr in Kürze durch eine neue ersetzt, gleichzeitig hat man in die neuen Kurzfarbwerk-Maschinen aus Heidelberg investiert (siehe Artikel auf Seite 25).

Mit anderen Worten: Aus Egg, von Fotorotar, werden Markt und Branche sicherlich auch in Zukunft noch einiges hören, was spezifisch und besonders ist.

➤ [www.fotorotar.ch](http://www.fotorotar.ch)

### 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 Druckindustrieunternehmen mit modernem Flair wie selbstverständlich in die Datenprozesse der Kunden einklinken, das ist nämlich die Zukunft der Branche«, ist Jürg Konrad überzeugt, »denn jede Kommunikation fängt irgendwo in einem Computer an.«

### Fit bleiben

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

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 vielen anderen Druckereien als deren Dienstleister zusammen und garantieren dabei natürlich Kundenschutz«, versichert Jürg Konrad.

### Data-Warehouse und Datentransporteur

Sich in neue technische, wohlkalkulierte und unbeackerte Felder zu begeben, hat bei Fotorotar – wie ausgeführt – Tradition. Fast schon überflüssig zu erwähnen, dass Internet in all seinen »Spielarten«, von der raffiniert gestalteten Homepage bis zu e-Commerce, dazu gehört. Interessant, weil intensiv auch wieder mit hoch attraktiven Nischenprodukten belegt, ist derzeit beispielsweise der Digitaldruck. Für den Fotofachhandel werden Just-in-time Fotobücher gedruckt – unter anderem.

Etliche andere Produkte und deren Qualität waren erst jüngst in einem gemeinsam mit Xerox organisierten Firmenanlass zu sehen.

Wenn man doch den Versuch unternehmen möchte, die Vielfalt der Aktivitäten – etliche hier nicht aufgezählte gehören außerdem 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 eine Schnittstelle zwischen Programmierung, Datenbank und Rechenzentrum und den Präsentationsformen auf den verschiedenen Märkten und in verschiedenen Medien. Man könnte auch sagen: »Datentransporteur«, wobei die Daten immer in irgendeiner grafisch-visuellen Form präsentiert und medial für Menschen nutzbar gemacht werden. Auf Papier, Datenträgern und eben direkt via Netzwerk auf den Bildschirmen. Oder so ausgedrückt: »Wenn jemand seinem Markt etwas sagen möchte – wir können ihm helfen, dies zu tun.«