

Mai 2005 **Ausgabe 7**

feed**back**

Hauszeitung der Bruhin AG, Druckerei

Bruhin AG Der Innendienst wacht über jeden Auftrag

Kunden Bostitch – die praktisch unverzichtbare Klammer

Auf Wiederlesen Mit Cartoon und Wettbewerb



Ihr Partner für elektronische und gedruckte Kommunikationslösungen

Feedback Bruhin AG

Editorial

2

Urs Bruhin
Geschäftsführer
Bruhin AG



Liebe Kunden
Liebe Leserinnen und Leser

Um es vorwegzunehmen, die folgenden Zeilen drehen sich keineswegs um die Bruhin AG. Die grafische Branche musste nämlich schon vor einiger Zeit mit dem in diesem Vorwort behandelten Umstand lernen zu leben. Meine Gedanken gelten einem Phänomen, das die ganze Schweizer Wirtschaft zurzeit beeinflusst. Nicht immer zum Guten, wie sich ahnen lässt. Eigentlich geht es uns gut. Wir haben genügend zu essen und reichlich ausgezeichnetes Wasser. Wir erfreuen uns, mit den früheren Bewohnern dieses Landes verglichen, einer guten Gesundheit und im andern Falle stehen uns bestens ausgebildete Fachpersonen bei. Die Arbeitsbedingungen sind normalerweise akzeptabel bis gut. Und Freizeit haben wir erstens, und zweitens können wir sie auf vielerlei Art gestalten.

Wer jedoch die Zeitungen durchblättert oder andere Medien konsultiert, dessen fröhliche Laune kehrt sich schnell ins Gegenteil. Allüberall wird gemäkelt, alles und jedes kritisiert und mit Neid und Missgunst überzogen.

Wenn Sie nun befürchten, ich wolle hier einen Rundumschlag gegen Kritiker und Mahner führen, kann ich Sie beruhigen. Ich weigere mich auch, den Begriff «intellektueller» als Schimpfwort aufzufassen. Wer die Schweiz, deren Gesellschaft und Wirtschaft in Frage stellt, der dient der Sache. Allerdings, über das Wie und das Warum und das Wieweit, darüber müssen wir uns schon einmal unterhalten.

Deshalb soll hier die Aufmerksamkeit auf einen neuen Volkssport gelenkt werden: das Preis-null-Fordern. Zwar fehlt dieser of-

fensichtlichen Hauptbeschäftigung vieler – nicht nur von Politikern, Wirtschaftsspezialisten und Konsumentenschützern – noch der trendig-coole englische Name. Trotzdem, als gut gilt nur noch, was billig ist – oder eben gar nichts kostet.

Ob ich denn gerne viel bezahle? Eigentlich nicht. Als Verfechter des Liberalismus bin ich durchaus für das freie Spiel der Märkte, für das ausbalancierende Wirken von Angebot und Nachfrage. Aber irgendwo müssen Grenzen gezogen werden, mal abgesehen davon, dass das Runterleiern der ewiggleichen Forderungen nach noch tieferen Preisen schlicht langweilig und nervtötend wirkt.

Grenzen sind dort zu setzen, wo der Respekt vor den andern bzw. vor deren Leistungen tangiert wird. Viele Schweizerinnen und Schweizer (aber beileibe nicht nur sie) definieren sich und ihren Stellenwert über den Lohn, den sie für ihre Leistung erhalten. Je mehr sie bekommen, umso stärker nimmt sich ihr Selbstwertgefühl aus. Logischerweise trifft das Umgekehrte auch zu.

Aus dem Gesagten ergibt sich, dass die Arbeit einer ständig steigenden Zahl von Personen bloss gering geschätzt wird. Nur als Beispiele seien genannt: Telefonieren muss gratis sein, selbst gute Zeitungen und Zeitschriften dürfen nichts mehr kosten und auch Nahrung soll ständig billiger werden. Oft sind es übrigens die gleichen Leute, die am lautesten nach Dumpingpreisen bei Lebensmitteln rufen, die über naturverachtende Produktionsmethoden entsetzt und entgeistert die Hände über dem Kopf zusammenschlagen. Nur: günstig hat seinen Preis.

Es ist deshalb zu hoffen, dass in nächster Zeit nicht bloss über möglichst tiefe Preise, sondern über vernünftige Preise diskutiert wird. Über Preise also, die zwar dem (eigenen) Portemonnaie nicht zu sehr schaden, aber auch den Anstand und den Respekt gegenüber den andern wahren.

U. Bruhin

Urs Bruhin

INHALT

Interna 3

Innovatives Tischsetverpacken
Unser Server speichert für Sie
Neuer Innendienstler

Verkauf-Innendienst 4

Oft erste Anlaufstelle

Stanley Works' Bostitch 6

Die unverzichtbare Bürohilfe

Bruhin-Lehrlinge 7

Schriftgeschichte

Schlusslicht 8

Unser Angebot
Cartoon
Nächstes «Feedback»
Gewinnen Sie!

IMPRESSUM

Herausgeber

bruhin ag
print & crossmedia

Bruhin AG

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 150 g/m² im FM-Raster Staccato gedruckt worden ist. Auflage: 2300 Ex. Das Layout wurde hergestellt mit QuarkXPress 6.5, Bild-/Logobearbeitung mit Adobe Photoshop CS und Illustrator CS.

Investitionen für Ihren Vorteil

Tischsets: die Spitze halten mit neuen Ideen und Maschinen

Bekanntlich hält die Bruhin AG beim Bedrucken der Telleruntersetzer landesweit die führende Position. Diese zu bewahren, setzt das ständige Suchen nach Verbesserungen voraus.

Immer wieder sprachen wir im «Feedback» über Tischsets. Letztmals geschah dies in der vergangenen Ausgabe, in der wir über die 24ste Austragung unseres Wettbewerbs berichteten. Ging es damals um die Werbewirksamkeit und die Kreativität, möchten wir Ihnen diesmal über eine von uns angeregte Neuentwicklung einer Maschine berichten.

Selbstverständlich, erfinden lässt sich das Tischset-Machen nicht mehr. Aber die Produktion vereinfachen oder verbessern, das liegt durchaus im Bereich des Möglichen. Folgerichtig haben wir diesen Schritt gewagt, denn Stillstand verheisst auch im Bereich der

Tischsets nichts Gutes. Schliesslich – Sie haben es geahnt – schläft die Konkurrenz nicht.

Nach dem Druck müssen die Tischsetstapel (meistens 1500 Exemplare) in für den Kunden handliche Einheiten geteilt und dann verpackt werden. Diese umfassen in der Regel rund 250 Telleruntersätze. Dies geschah bislang in händischer und ziemlich nervtötender Arbeit.

Messen statt zählen

Jetzt folgt direkt nach der Druckmaschine ein nach unseren Ideen durch Dritte gebautes Gerät, das die Trennung in Verpackungseinheiten automatisch vornimmt. Der Trick liegt darin, dass nicht die einzelnen Tischsets gezählt, sondern deren Dicke bzw. die Höhe der Teilstapel gemessen wird. (Die 1500 Exemplare der Stapel vor dem Teilen werden aber nach wie vor abgezählt!) Diese Höhe ist selbstverständlich keine fixe Grösse, sondern kann auf Wunsch des Abnehmers hin festge-



Automatisch werden die Tischsetstapel in kleinere Einheiten geteilt

legt werden. – Dieses Verfahren erspart viel Zeit und verspricht trotz des Rationalisierungseffekts keinerlei Einbusse bei der Qualität, weder bei jener des Drucks noch bei jener der Verpackung. Mit andern Worten: die Kundin oder der Kunde erhält noch immer das gewohnt hochstehende Produkt.

Unser Server ist jetzt auch Ihrer!

Sollen die Daten für ein wirkungsvolles Marketing miteinander verknüpft werden, müssen Speicher vorhanden sein. Je mehr desto besser! Darum stand auch bei uns ein EDV-Ausbau an.

Da wir bei der Einführung moderner Satz-, Druck- und Kommunikationstechniken stets versuchten, vorne dabei zu sein, standen auch immer wieder Investitionen in Software und Speicherkapazitäten an, etwa 1998 und 2001. Somit sind lediglich knapp vier Jahre seit dem letzten «Sprung» vergangen, doch bekanntlich sind diese in der Computertechnik mehr als nur eine halbe Ewigkeit.

Kein Wunder also, dass ein Technologiesprung anstand: Anfang des Jahres sind wir bei der Speichergrösse in den Tera-Bereich vorgestossen. (Tera steht für Billion, was einer 1 mit zwölf Nullen entspricht!) 4,8 Billionen Bytes stehen jetzt parat, was uns u.a. erlaubt, bei Crossmedia-Projekten unserer Kunden ganz neue Serviceleistungen anzubieten.

Auf technische Details wollen wir hier nicht eingehen. Wohl aber auf den Nutzen, den unsere Geschäftspartner aus der «aufgemotzten» Anlage ziehen. Ihnen steht eine riesige Speicherkapazität zur Verfügung. Allerdings, bezahlt wird nur für die tatsächlich belegte. So besehen, hat die Bruhin AG für Sie vorinvestiert.

Wer in das zukunftsfrüchtige Crossmedia einsteigt, erspart sich dank der von uns angebotenen Alternative durchaus respektable Aufwendungen für die Elektronik. Auch der Unterhalt und die regelmässigen Updates haben ihn/sie nicht zu kümmern.

Einzige Voraussetzung, um von unserer Lösung zu profitieren, stellt ein Internetzugang dar. Ein eigener ist natürlich von Vorteil, praktisch lässt sich aber von allüberall auf dieser Welt mit dem Bruhin-Server korrespondieren. Selbstverständlich bleibt dabei die Sicherheit der Daten immer gewahrt.

Innendienstler mit viel Fachwissen

Wie im Artikel über den Innendienst in dieser Nummer angeführt, verschaffen fundierte Kenntnisse von Vorstufe und Druck einem im Innendienst Tätigen grosse Vorteile bei der Kundenberatung. Diesen Trumpf will Sandro Reichmuth ausspielen. – Der 22-jährige gelernte Polygraf war es leid, in der Vorstufe hauptsächlich Dateien zu bearbeiten. Vielmehr wünschte er sich den direkten Kontakt mit der Kundschaft. Durch den Wechsel Anfang März in den Innendienst der Bruhin AG kann er diese Vorstellungen in die Tat umsetzen. Und um seiner neuen Aufgabe noch besser gerecht zu werden, beginnt er nächstes Jahr eine Fortbildung an der TGZ (Höhere Fachschule für Technik und Management der grafischen Industrie) in Zürich.

Hart gehts in der Freizeit zu und her: Thai-Boxen ist die grosse Leidenschaft von Sandro Reichmuth. Daneben sorgen Wandern und der Computer für etwas ruhigere Entspannung.

Verkauf-Innendienst VID

Oft erste Anlaufstelle für die Kundschaft

4



Rolf Thoma
Leiter VID und
Produktion

Ernst
Bachmann
VID/Einkauf



Meiri
Schönbächler
VID

Sandro
Reichmuth
VID in Ausbildung



Der Ruf eines grafischen Unternehmens wird zum einen geprägt durch die Qualität der Druckprodukte und der übrigen angebotenen Medien. Zum andern kommt all jenen Firmenrepräsentanten eine imagefördernde Rolle zu, die in direkter Verbindung mit der Klientele stehen. Deshalb ist es alles andere als egal, wer in der Innendienstabteilung arbeitet. Es lohnt sich demnach, dort nicht nur in die technischen Hilfsmittel, sondern auch in Know-how und Ausbildung zu investieren.

Der Innendienst darf natürlich nicht als nur für ein grafisches Unternehmen typisch bezeichnet werden. Ähnliche Aufgaben gilt es in Betrieben anderer Branchen zu erledigen, so dass auch dort entsprechende Abteilungen bestehen. Nicht überall ist jedoch der Kontakt zwischen dem Innendienst und den Kunden derart eng, und nicht immer fällt

eine breite fachliche Kompetenz der Mitarbeitenden so stark ins Gewicht. Bei der Bruhin AG gehört der Innendienst organisatorisch zur Verkaufsabteilung. Diese umfasst des weitern den Aussendienst. Die Aufgaben der Innendienstler und jene der Verkäufer, die «auf der Piste» sind, überschneiden sich zum Teil, zum Teil ergänzen sie sich. Beiden ist gemeinsam, dass sie das Bild weitgehend prägen, welches das Unternehmen nach aussen vermittelt.

Wiederum für beide gilt, dass die Kundin oder der Kunde als Gesprächspartner einen Profi verlangt. Ein durchaus verständliches Ansinnen, schliesslich ist eine Drucksache kein 0815-Produkt. Im Gegenteil, soll sie denn gelingen, verlangt sie in mehrfacher Hinsicht einen hohen Aufwand. Mittelmässige oder gar schlechte Beratung wirkt sich deshalb umgehend negativ auf das Resultat aus. (Was das bedeutet, führt die Entwicklung bei der Sprachkompetenz warnend vor

Augen: Seit fast überall die Korrekorate abgeschafft wurden, wimmelt es in den Drucksachen von Fehlern!)

So kann es keinesfalls mehr überraschen, dass die Qualität des Innendienstes mit der Qualität der dort Beschäftigten steht und fällt. Auch das trifft in mehrfacher Hinsicht zu. Ein Unternehmen legt also tunlichst grossen Wert auf die Besetzung der Innendienststellen.

Der Mensch im Mittelpunkt ... mit moderner Technik

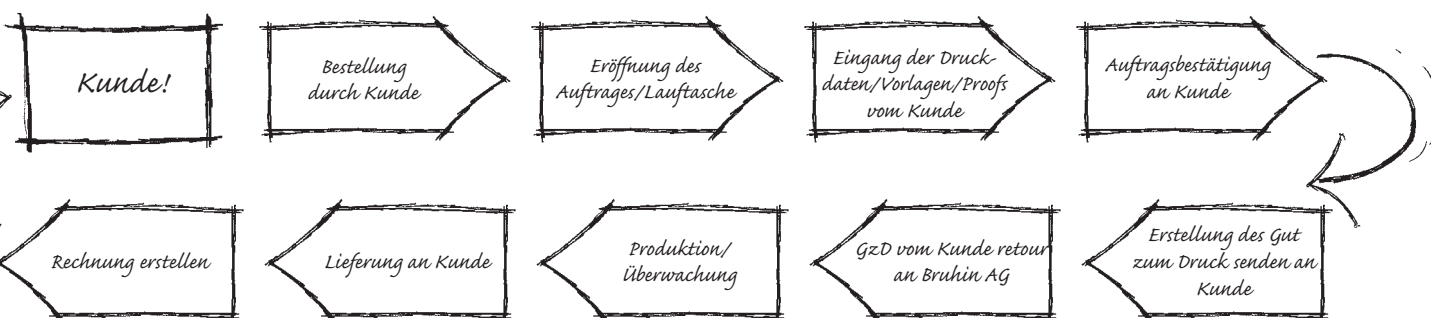
Ob bei der Unterredung durchs Telefon oder von Angesicht zu Angesicht, Freundlichkeit und Anstand sind für den Innendienstler mehr als Pflicht. Denn, was verärgert einen Kunden mehr als eine griesgrämige oder schnoddrige Stimme, die zudem die gestellten Fragen nicht ernst nimmt? Natürlich gibt es Gesprächspartner, die mit überzogenen

Die wichtigsten Aufgaben des Innendienstes

Offerte



Bestellung/Auftrag





Corinne Mächler
Sekretariat VID,
Telefonistin

Ansprüchen daherkommen, vielleicht gar mit dem falschen Fuss zuerst aus dem Bett gestiegen sind oder das schlechte Wetter spüren. Selbst bei solch sensiblen Gemütern helfen Verständnis und Offenheit eigentlich immer zu befriedigenden Resultaten. Anders und modern ausgedrückt: ein Innendienstmitarbeiter muss kommunikativ sein.

Auch braucht er oder sie Einfühlungsvermögen, um die Wünsche des Kunden aufzuspüren. Nicht alle sind schliesslich Profis in Gestaltung, Satz, Druck und Weiterverarbeitung und können ihre Wünsche und Vorstellungen klipp und klar ausdrücken. Genau deshalb stellt ein guter Innendienstler Fragen, bemerkt gar, die «coole» Gestaltung sei nicht umsetzbar oder ein anderes Medium diene der Sache eher. Dies macht er selbst auf die Gefahr hin, dass der Kunde oder die Kundin anfänglich überlegt, ob das als Beleidigung aufzufassen sei. Sollte Ihnen Derartiges mal geschehen, denken Sie daran, die penible Fragerei kommt einzig und allein dem Endprodukt zugute.

Der Innendienstler muss also Berater mit psychologischem Geschick sein. Darüber hinaus darf er die Interessen des eigenen Hauses nicht vernachlässigen, die da heissen: wirtschaftlichen Erfolg zu haben. Um letzteres Ziel zu erreichen, stehen ihm selbstverständlich moderne Hilfsmittel zur Verfügung. Dazu zählt bei der Bruhin AG etwa die elektronische Plantafel, zu der im Kasten mehr steht.

Wissen als Basis

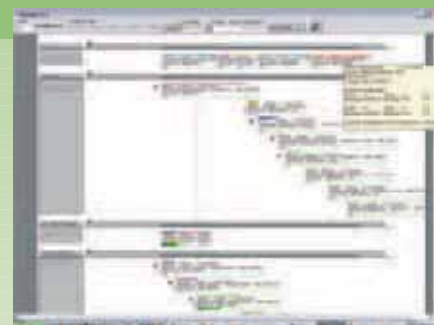
Aus den diversen Aufgaben ergibt sich ein Anforderungsprofil für Innendienstmitarbeitende, das es durchaus in sich hat. Zwar muss er oder sie nicht gerade ein menschliches Pendant zur berühmten eierlegenden Wollmilchsau sein, aber er oder sie muss mit diversen Eignungen aufwarten.

DIE DIGITALE GEHÜLFIN

Noch nicht lange ist es her, dass nur das ausgezeichnete Gedächtnis eines Innendienstlers oder das Konsultieren einer grossen Übersichtstafel die Frage des Kunden nach dem Verbleib seines Auftrages schnell zu beantworten half. Heute genügen dank elektronischer Plantafel einige Mausklicks.

Wie wir im «Feedback» 4 vom April 2004 berichteten, wurde bei der Bruhin AG ein solch nützliches Hilfsmittel in Betrieb genommen. Allerdings darf man sich darunter keinesfalls eine Anzeigentafel vorstellen, wie sie etwa in Sportstadien angebracht werden. Vielmehr handelt es sich um ein Computerprogramm, das schlicht auf dem Bildschirm alles Wissenswerte über die einzelnen Aufträge auflistet. (Wenn der Bildschirm bei Hochbetrieb zu klein ist, dann lässt sich dank «Beamen» auch mal die Wand als Projektionsfläche verwenden.)

Ist ein Auftrag erfasst, hält jede Abteilung – Vorstufe, Korrektorat, Druckerei, Weiterverarbeitung usw. – die Übernahme eines Projektes und dessen Fortschritte fest. Dies ist das Geheimnis hinter den schnellen Antworten unseres Innendienstes.



Ideal wäre eine Kombination aus grafischem Fachmann, Kaufmann, Organisator, Psychologe, Buchhalter, Verkäufer und noch einigen anderen. Am Anfang steht aber die fachliche Kompetenz, die man sich am besten durch eine Lehre in der grafischen Branche aneignet. Polygraf, Drucktechnologie oder Industriebuchbinder lassen sich hier nennen.

Nach dieser ersten Ausbildung heisst es, das fachliche Wissen zu ergänzen durch Schulungen in administrativen und buchhalterischen Belangen. Für den überzeugten Innendienstler eröffnet sich auch die Möglichkeit, die TGZ (Höhere Fachschule für Technik und Management der grafischen Industrie) in Zürich zu besuchen. Dies ist dann quasi der Olymp. Wir von der Bruhin AG haben es uns zum Ziel gesetzt, so viele Mitarbeitende wie möglich zu beschäftigen, die diese Stufe erreicht haben. Allerdings, solcherart Ausgebildete laufen nicht einfach so durch die Gegend. Deshalb haben wir uns entschlossen, Ausbildungswilligen den Weg zu erleichtern und sie tatkräftig zu unterstützen.

Übrigens macht die erwähnte Reihenfolge der Ausbildungen – grafische vor administrativer – Sinn. Wer vom Kaufmännischen her kommt, der hat in den allermeisten Fällen grosse Mühe, das grafische Know-how zu erwerben. Dies wird in Zukunft eher noch gra-

vierender, wandeln die traditionellen Druckereien sich doch zu Kommunikationsunternehmen, in denen auch die elektronischen Medien eine wichtige Rolle spielen.

Früher Kontakt spart mehr als nur Nerven!

Die quasi Demokratisierung der Druckproduktgestaltung bewegt viele (die nichts mit dem grafischen Gewerbe am Hut haben), diverse Aufgaben selbst zu übernehmen. Dies führt zwangsläufig zu Fehlern und Missverständnissen. Die Erfahrungen erlaubten es uns, Spalte um Spalte mit Beispielen zu füllen. Da werden Bilder im Word mit zu tiefer Auflösung versehen, schlecht konvertierbare Exotenprogramme eingesetzt, falsche Farbdefinitionen vorgenommen. Dies geschieht keinesfalls aus bösem Willen, aber wie will man als Laie auch all die Fallstricke kennen?

Kontaktieren Sie deshalb so früh wie möglich den Innendienst. Er weiss, worauf es ankommt, welche Arbeitsschritte besser und nervenschonender von einem Profi erledigt werden, wann eine andere Lösung gewinnbringender wäre. Übrigens, einen Einblick in die eben beschriebene Problematik und in die Produktion von Drucksachen finden Sie auch auf unseren Internetseiten unter www.bruhin-druck.ch.

Stanley Works' Bostitch

Unverzichtbar und mit Krönchen

6

Wer Bostitch sagt, der denkt vornehmlich an die praktischen Dinge, welche Papierblätter zuverlässig zusammenhalten und auch bei Chaoten für so etwas wie Ordnung sorgen. Aber mit den Heftklammern lassen sich noch ganz andere Dinge miteinander verbinden. Genügend Gründe, uns mit Marcel Zosso, dem Geschäftsführer der Schweizer Filiale des bekannten Bostitchherstellers Stanley Works, zu unterhalten.

Ohne sie ginge in kaum einem Büro etwas: Büroklammer und Heftklammer. Ersterer kommt durchaus sinnliche Bedeutung zu, wird sie doch für allerhand Zwecke eingesetzt, für die sie eigentlich nicht erfunden wurde. So lässt sie sich zu kleinen Kunstwerken formen, dient der Reinigung von Ritzen und dem Wegkratzen von Festgeklebtem, und manch ein Zeitgenosse missbraucht sie für die Ohrenpflege.

Da gibt sich die Heftklammer nüchterner. Sie ist die Praktische, hält schlicht Papierblätter und andere Dinge zusammen. Das einzige Vergnügen, das sie zu bereiten vermag, das Auseinanderbrechen der Klammernstangen, wirkt schon nach wenigen Versuchen eher langweilig. Sie wird demnach weniger geliebt, dafür umso mehr geschätzt.

Erste Berichte von Klammerapparaten datieren aus der Zeit um 1700. Allerdings dürfte das damals ein eher kostspieliges System gewesen sein, denn jede Heftklammer wurde einzeln von Hand gefertigt und beschriftet. Als Anwender wird König Ludwig XV. von Frankreich genannt.

Im Sommer 1866 erhielt ein gewisser George W. McGill ein US-Patent für eine biegbare Heftklammer. Die Presse, mit der sich die Klammer durch Papier drücken liess, stellte er 1867 in Philadelphia aus. Auch wenn mit diesem rund ein Kilo schweren Gerät jeweils nur eine Klammer eingepresst werden konnte, die Heftklammer war erfunden.

Herr Zosso, worauf gründet die Erfolgsgeschichte des Bostitch?

Marcel Zosso: Wie Sie bereits in Ihrem geschichtlichen Abriss darlegten, waren die Amerikaner einmal mehr die Ersten, die es verstanden, ein Bedürfnis marktgerecht zu befriedigen. Der Bostitch wurde nach dem Zweiten Weltkrieg in der Schweiz eingeführt und war das einzige Produkt, welches das Zusammenheften von Papier effizient und zu einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis lösen konnte.

Der Name Bostitch wurde zum Synonym für Heftklammerapparat?

Manchmal lässt es sich einfach nicht erklären, weshalb ein Artikel eine Art Kultstatus erhält bzw. zu einem sogenannten Brand wird. Erstaunlich ist zudem, dass für den Bostitch kaum Werbung betrieben wurde. Die direkte Belieferung der Industrie und des Handels war neben der Problemlösungseffizienz der entscheidende Erfolgsfaktor.

Bostitchklammern werden ja nicht bloss im Büro oder für das Heften von Zeitschriften verwendet?

Hauptsächlich werden unsere Produkte in folgenden Bereichen eingesetzt:

- Büro und Druckindustrie
- Verpackungsindustrie
- Dekoration und Innenausbau
- Industrieller Holzbau

Zwei technische Fragen: Was ist unter dem Krönchen der Bostitchklammer zu verstehen?

Da geht es um die Form der Klammer. Nur die Bostitchklammer verfügt über dieses Krönchen oder Klammerschrägdach, das eine 50% bessere Heftleistung als andere Klammern garantiert. Normale Klammern schaffen 20 Schreibblätter, unser Bostitch Power Crown bewältigt 30.

Weshalb sind die Klammern eckig und nicht rund?

Die Klammern werden ja zu Stangen zusammengeleimt. Die eckige Form weist eine grössere Klebefläche auf, was bei dem dünnen Material durchaus von Vorteil ist.

Können Sie uns die Firma Stanley Works kurz vorstellen?

Stanley Works ist ein an der Börse kotierter US-amerikanischer Konzern mit einem Umsatz von 2,7 Milliarden \$ und etwa 12 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Stanley verfügt über ein breites Produktportfolio, das vom Bostitch über Stanley-Hand- und -Spezialwerkzeuge, ZAG-Werkzeugkisten, Laser, industrielle Robotertechnologie und neu auch bis zu Zutritts- und Sicherheitstechnologien reicht.

Wie gross ist die Niederlassung in der Schweiz?

Drei Beschäftigte erwirtschaften mit den Produktgruppen Bostitch, Stanley und ZAG einen Umsatz von rund 6 Mio. US-Dollars. Hier in Zürich befindet sich das finanzielle Headquarter für Europa, über das 600 Mio. \$ abgewickelt werden. Jenes für das operative Geschäft ist übrigens im belgischen Mechelen angesiedelt. In Europa zählen etwa 2500 Personen zur Stanley-Belegschaft.

Die obligate Frage zum Schluss: Weshalb arbeiten Sie mit der Bruhin AG zusammen?

Ich hatte in meiner ehemaligen Funktion als Schulpräsident Felix Bruhin kennen gelernt. Er hat uns zusammen mit seinem Team die Gestaltung und den Druck einer Schulzeitung erster Güte zu einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis ermöglicht. Ich schätze den Professionalismus, die Zuverlässigkeit und Flexibilität sowie die Bedürfnis- und Kundenorientierung der Firma Bruhin AG. Sie unterstützt mich wirksam, meinen anspruchsvollen Job erfolgreich zu erledigen.

Herr Zosso, wir danken Ihnen für das Gespräch.



Marcel Zosso,
Geschäftsführer der
Schweizer Niederlassung
von Stanley Works, Zürich

Gewinnen
Sie einen gekrönten B8-Swiss
Mehr auf Seite 8

Schriftgeschichte

Von den Kritzeleien zum Alphabet

7

Vorstufen der Schrift

Höhlenmalereien gehören zu den ältesten Kunstwerken der Menschheit. Nachdem man Kritzeleien in die Erde machte, malten unsere Vorfahren geheimnisvolle Bildzeichen und Symbole mit Naturfarben auf Felsen. Später wurde auch mit spitz zugeschliffenen Werkzeugen in Holz und Knochen geritzt.

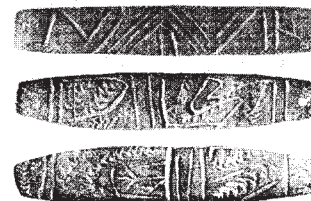
Rätselhaft sind die bemalten **Steine**, bei denen im weitesten Sinn Schriftzeichen erkennbar sind. Es war eine weitere Mitteilungskunst, den Nachkommenden eine Gefahr mitzuteilen.

Als Gedächtnisstütze oder um persönlichen Besitz anzuzeigen zu können, waren die australischen **Kerbhölzer** in Gebrauch.

In China und bei den Mayas hatte die **Knotenschrift** den gleichen Sinn. Je nach Verschlingung, Farbe und Länge der Schnur hatten sie eine andere Bedeutung.



ca. 20000 v. Chr.



ca. 13000 v. Chr.

Weg zur Abstraktion

Die ältesten Bestandteile der grossen Schriftsysteme sind unmittelbar die Bildzeichen. Die **sumerische Bilderschrift** wurde mit Schreibspatel in weichen Ton gedrückt. Sie gilt als erstes Wortsilbensystem.

Als Vorläufer unserer Lautschrift sehen wir mehrheitlich die **ägyptischen Hieroglyphen**. Sie beinhalten 700 Bildzeichen (Piktogramme). Jedes Wort hatte sein eigenes Zeichen. Mit Meissel in Stein oder dem Pinsel auf Papyrus wurden religiöse und geschichtliche Ereignisse festgehalten.

In Mesopotamien entstand die **babylonische Keilschrift**. Sie ist aus geraden, senkrechten, waagrechten und im Winkel angeordneten Linien aufgebaut. Auch sie wurden mit Schreibspatel in weichen Ton gedrückt.



ca. 3000 v. Chr.



ca. 1100 v. Chr.

Entstehung des Alphabets

Als erstes Konsonantenalphabet zählt die **phönizische Schrift**. Ihr Ursprung stammt aus den Hieroglyphen. Erstmals verwendete man «echte» Buchstaben, es ergaben sich Silben und Wörter. Später wurde daraus die arabische und hebräische Schrift abgeleitet.

Aus der phönizischen Konsonantenschrift entstand auch die **griechische Schrift**. Die Griechen schrieben erst wie die Phönizier linksläufig, dann furchenwendig und letztendlich rechtsläufig. Die griechische Schrift zählte 25 Buchstaben und hatte erstmals Vokale. Es sind einfache lineare Zeichen, die ohne Wortzwischenraum in Stein gemeißelt und geritzt wurden. Dieses Schriftsystem gleicht dem heutigen Alphabet.

Von den Griechen übernahmen die Römer die Schrift und passten sie an die lateinische Sprache an. Zu Beginn wurde sie nur in Stein geritzt, später mit dem Pinsel aufgemalt.



ca. 300 v. Chr.



Schlusslicht

Unser Angebot

Bruhin AG – Ihre Partnerin für alle Fälle

Medienvorstufe

Grafik
Typografische Gestaltung
Scannen
Web-Design
Mediendatenbank Opix
Crossmedia-ASP-Lösungen
Digitale Rasterproof
Korrektorat

Druck

Bogenoffset
Rollenoffset

Buchbinderei

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

Spedition

Versand
Logistik
Lagerung, Verwaltung

Produkte

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

BERATUNG

Stets die fachliche Antwort für jede Druckaufgabe: unser Innendienst



bruhin ag
print&crossmedia

Bruhin AG
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



Ganz ohne Worte, denn so ist es!

Nur am Rande ...

... und bloss damit es einmal gesagt ist, möchten wir hier eines klarstellen: Chef rührt von Schaffern her – und nicht etwa von Scheffeln!

Im Frühsommer!

Das zweite «Feedback» 2005 wird voraussichtlich gegen Ende Juni erscheinen. Dessen Inhalt? Lassen Sie sich überraschen – oder teilen Sie uns mit, was Sie aus dem Bereich grafische Industrie/Kommunikation am meisten interessierte.

Sie kommt/kommt nicht/doch/nein

Es war einmal eine Rechtschreibreform, die keine war. Oder eben doch. Vielleicht auch nur teilweise. Dafür aber richtig. Auf jeden Fall tagt jetzt eine Expertenkommission, die wahrscheinlich für die Rücknahme vieler strittiger Regeln ist. Wenn bis zum nächsten «Feedback» einiges klarer ist/sein sollte, werden wir für Sie die Expertenmeinung unseres Korrektors einholen. Aber Sie wissen ja: vielleicht ja, vielleicht nein.

Stanley Works & Bruhin AG



Gewinnen

Sie einen von zwanzig B8-Swiss

Auf Seite 6 dieses «Feedbacks» steht er im Mittelpunkt, der Bostitch. Sie haben jetzt die Chance, einen peppig modernen B8-Swiss von Stanley Works zu gewinnen. Ohne mehr oder minder doofe Fragen beantworten zu müssen. Einfach diesen Talon ausfüllen und an unten stehende Faxnummer senden. Und auf Ihr Glück hoffen.

Vorname _____

Name _____

Strasse _____

PLZ/Ort _____

Ihre Daten werden nicht für Werbezwecke verwendet. Die Auslosung erfolgt ohne notarielle Aufsicht, und es wird keine Korrespondenz geführt.

Fax an 055 415 34 99

Die Verlosung findet am 20. Mai 2005 statt.
Die Gewinner werden auf unserer Homepage am 20. Mai bekannt gegeben.