



Gör egen repro. Björn Oettinger är en av de ansvariga på prepressavdelningen på Hachette.

text & foto | Jonas Hedman
jonash72@hotmail.com

Historiskt har vecko- och månadstidningsredaktioner lagt ut prepressarbete på fristående prepressföretag. Inhouse-prepress, egen prepress i huset, är dock något som i olika former blivit vanligare. De största fördelarna finns på förlag med flera titlar.



Intern prepress **Ledtider**

Det finns flera tidningsförlag i Sverige som själva gör någon form av prepressarbete och med prepress menas här bildinläsning, retusch och förprovtryck. Att skaffa sig en egen prepressavdelning kräver inte bara stora investeringar i utrustning utan också i kompetent personal, en kunnig ledning och i tålmod. Resultatet kan då bli ett effektivare arbetssätt, höjd kvalitet och, framförallt, minskade produktionskostnader. Ett sådant exempel är svenska Hachette som ingår i koncernen Hachette Filipacchi Médias – världens största magasinförlag med redaktioner i 35 länder i fem världsdelar.

Åtta personer och 500 sidor

Svenska Hachette håller till i en ombyggd teater på S:t Eriksgatan i Stockholm där redaktioner och prepressavdelning sitter under samma tak. Förlaget ger ut fyra magasin – Café, Elle, Elle à la Carte och Elle Interiör; titlar som har höga kvalitetskrav.

I slutet av 90-talet undersökte förlaget möjligheterna att starta en egen prepressavdelning och besökte då bland annat koncernens Spanien-avdelning som har egen prepress. Besöket utföll till belåtenhet och i februari 2000 anställdes den första prepressoperatören. Investeringar gjordes i trum- och planscannrar, förprovtrycksutrustning, server, ljusbord med mera. Hösten 2000 hade fyra personer anställts och sakta men säkert plockades tidning efter



största förtjänsten

tidning in i huset från de externa prepressföretagen.

I november 2001, 21 månader efter starten, tog man in den sjätte tidningen (där ingår också norska Elle Interiör, medan Elle Trädgård därefter lagts på is) och därmed var hela tidningsproduktionen med undantag för trycket innanför husets väggar. Till detta kommer även prepressarbete på norska Elle Interiör, och med jämna mellanrum även andra jobb från huvudkontoret i Paris.

Sedan april 2001 arbetar åtta personer på prepressavdelningen, varav en enbart på annons- och marknadssidan. Deras huvudsakliga arbetsuppgifter är bildscanning, retusch och att skriva ut förprovtryck. Varje månad scannas och retuscheras totalt cirka 900 bilder och antalet producerade sidor ligger runt 500.

Förbättrad kommunikation

När bilderna är scannade och retuscherade körs de genom en Heliosserver med OPI som skapar en lågupplöst kopia som redaktionens formgivare monterar på Quark Xpress-sidorna. Quark Xpress-sidorna konverteras sedan till pdf. Från dessa görs förprovtryck och när dessa, efter eventuell korrektursväng, är godkända skickas de via ftp till tryckeriet. Förprovtrycken går med post och det är dessa tryckaren går efter vid färginställningen.

Henrik Lundby är tekniskt ansvarig på



Hachette prepressavdelning och håller i kontakterna med tryckeriet:

– Förlaget anlidade tidigare tre externa prepressföretag men sedan prepressarbetet togs in i huset har vi märkt stora fördelar, kommunikationsmässigt och inte minst ekonomiskt. Vi har större flexibilitet och kortare ledtider vilket bland annat innebär att korrekturändringar kan göras i ett senare skede. De digitala sidorna som redaktionerna lämnar ifrån sig innehåller också färre tekniska fel än tidigare, berättar han.

– Redaktionerna sitter några trappor upp och närheten till framförallt art directors gör att tekniska detaljer och planering fungerar bättre. Bilderna har utfall, det är samma version av typsnitten och vi får inga Word- eller Power Point-filer, säger Henrik och menar att sånt ibland händer på →

Prepressstyrkan. Fr v Henrik Lundby, Mia Hjelmstedt, Liselott Blanck, Patrik Amidni, Anders Wadin, Björn Oettinger, Maria Arnesson och Lars Romson.

! HACHETTE PREPRESS

Antal anställda: 8 anställda på prepressavdelningen (cirka 90 totalt på svenska Hachette)

Utrustning:

- en trumscanner, Heidelberg Tango XL
- två planscannrar, Heidelberg Nexscan F4100
- En Fuji Picto Proof för förprovtryck
- Heliosserver med OPI
- Macintosh, G4:or, OS 9.2
- Ftp med 2 megabits lina

management



reportage



1

1. Scanning. Liselotte förbereder scanning på Hachettes trumscanner från Heidelberg.



2

2. Retusch. Anders Wadin sysslar med bildbehandling.



3

3. Förprovtryck. Henrik Lundby kör ut förprovtryck i Fujifilm Picto Proof.

→ en extern prepress med många kunder.

Björn Oettinger tillhör också en av de ansvariga på prepressavdelningen. Han pekar på andra fördelar:

– Vi har idag en kortare produktionstid eftersom det till exempel inte behövs några budbilar som går i skytteltrafik med bildkorrektur mellan prepressavdelning och redaktion. Med inhouse-prepress har förlaget i stort fått en ökad kunskap om grafisk teknik vilket gör att kommunikationen med tryckeriet fungerar bättre, menar Björn.

– Hachette har inga anställda fotografer utan köper den tjänsten. Frilansfotograferna kommer ofta hit och då kan vi ha en dialog med dem vilket har visat sig vara givande. När de ser hur vi jobbar med bildbehandling så kan de vid till exempel en modéfotografering ta en extra bild på bakgrunden för att underlätta retuscharbetet, fortsätter Björn. Rent allmänt gynnas också produktionen genom den spontana kommunikation som uppstår i det gemensamma fikarummet och så vidare.

Inte bara fördelar

Det är dock inte bara fördelar med att prepressarbetet görs i samma hus. Björn och Henrik är eniga om att det förändrade arbetssätt som inhouse-prepress inneburit för redaktionerna gjort att de är mindre noggranna med att hålla lämningsstider.

– Det är viktigt att redaktionerna håller tiderna annars skapar det planeringsproblem för oss. I början kunde redaktionspersonal komma ner till oss lite när som helst och göra korrekturändringar. Så kan man inte jobba, säger Henrik.

– I och med att vi har alla våra "kunder" i huset så blir det lite skyddad verkstad. De enda externa kontakter vi har är egentligen fotografer och annonsörer. Den externa kundkontakten kan jag sakna ibland, säger Björn som tidigare jobbat på ett externt prepressföretag.

Koncernen Hachette har inhouse-prepress även i Spanien och Ryssland men de jobbar lite annorlunda. Björn Oettinger besökte ryska Hachette i Moskva våren 2001:

20%



Nöjd med förtjänsterna. Astrid Palmér är ekonomiansvarig på Hachette.

Sparar 20 procent per år

Astrid Palmér är ekonomidirektör på svenska Hachette och berättar att förlaget från februari 2000 till februari 2002 har investerat omkring tre miljoner kronor i scannrar, förprovtrycksmaskiner, ljusbord och annan prepressutrustning.

– Den första tiden gick vi plus minus noll ekonomiskt men sedan i höstas, då vi gör prepressarbetet på samtliga fyra tidningar plus norska Elle Interiör, är siffrorna svarta. Från och med maj kommer vi att göra prepressarbetet även på norska Elle och enligt prognosen sparar vi då 20 procent per år (ca 1,5 miljo-

ner kronor) jämfört med då vi köpte tjänsten. I dessa 20 procent är löner och avskrivningar på maskiner inräknade, berättar Astrid.

– Tidigare skickade vår externa prepress filmer till tryckeriet vilket innebar en extra kostnad jämfört med idag då sidorna skickas digitalt och körs ut direkt på plåt. Tack vare egen prepress har vi idag i princip ingen kostnad för budtransport av förprovtryck, fortsätter Astrid.

Den egna prepressavdelningen har heller inget vinstsyfte till skillnad från ett externt prepressföretag.



– De är ungefär lika många anställda men producerar betydligt fler sidor vilket bland annat beror på att de prioriterar produktionen annorlunda. Det är en form av industriproduktion där bildbehandlingen får ta max en timme per uppslag och max två för en förstasida, berättar han.

– De har den senaste grafiska tekniken och aktuell version av alla programvaror och personalen jobbar mycket, väldigt mycket! Däremot drar de inte nytta av fördelarna med att till exempel prata med fotografer som kommer till redaktionen, fortsätter Björn.

När man startar en inhouse-prepress är det viktigt att växa långsamt personalmässigt för att se hur mycket arbete man hinner med. Det kan även vara motsatt förhållande; om en tidning plötsligt måste läggas ner kanske personal måste sägas upp även på prepressavdelningen vilket inte behövs om man köper tjänsten externt.

Det gäller att utnyttja fördelarna av gemensamma lokaler med redaktionerna men också att hålla hårt på traditionella ”regler” som till exempel lämningsstider.

En stor fördel är att slippa skriva upp varanda extrakorrigerings för att debitera kund, även om det är viktigt att ha kontroll på utgifterna på respektive tidning.

Merparten av redaktionerna är enbart positiva till inhouse-prepress. Gigi Isoz har jobbat på tidningen Elle i tio år, varav de fem senaste som layoutchef. Hon tycker inte att prepressavdelningens geografiska placering har någon större betydelse med dagens digitala arbetssätt utan menar att det viktigaste är att prata samma språk:

– Den stora fördelen är att förlaget spar pengar, bildkvaliteten håller samma höga nivå som tidigare, säger hon. Sedan november 2001 görs prepressarbetet på Elle här i huset och det har inneburit ett annorlunda arbetssätt. Vi på redaktionen har fått mer arbete, bland annat i form av digital montering av lågupplösta bilder, berättar Gigi som inte är odelat positiv till detta.

Inhouse-prepress har många fördelar – praktiskt såväl som ekonomiskt – och lönar sig bäst för tidningsförlag med flera titlar. I vilken form och på vilket sätt den ska bedrivas beror i slutändan på utgivningsfrekvens, antal bilder, kvalitetskrav etc. ●

Skyddad verkstad.

Johan Lundby saknar ibland de externa kontakterna som han varit van vid sedan tidigare.



ANDRA FÖRLAG MED INHOUSE-PREPRESS

Vissa förlag har interndebitering, vilket innebär mer administrativt arbete. Tydligare kontroll på vad respektive tidnings prepressarbete kostar, möjlighet till prisjämförelse med externa prepressföretag och att den extra administrationen inte är betungande för just dem är anledningar till att vissa inhouse-prepressavdelningar ändå har interndebitering.

Förlags AB Albinsson & Sjöberg, Karlskrona. Har sedan 1988 egen repro, ett eget bolag, och gör repon på förlagets samtliga tolv tidningar. Repro och redaktioner sitter i samma lokaler. Repro har sju anställda som jobbar tvåskift. Interndebitering.

Aller Tryck AB, Helsingborg. Gör prepressarbetet på 70 procent av förlagets 15 tidningar med redaktioner i Stockholm, Malmö och Helsingborg. 20 personer jobbar i tvåskift. Interndebitering.

Bonnier Tidskrifter AB, Stockholm. Egen prepress för Veckorevyn och delar av Damernas Värld samt omslag till några av förlagets övriga tidningar. Prepressavdelningen har två anställda och ingen interndebitering.

International Data Group (IDG), Datatidningsförlag som ger ut tioåret tidningar. Prepressavdelningen består av en scannerförare och tre bildbehandlare. Digitalfoto används mer och mer varför avdelningen troligen inte kommer att växa. Har interndebitering.

Lantmännens Riksförbunds Media (LRF), Stockholm. Den egna bild- och prepressavdelningen startade 1997 och gör prepressarbetet på sju av förlagets åtta tidningar. Prepress och redaktioner håller till i samma lokaler. Ingen interndebitering.

Medströms Dataförlag AB, Stockholm. Ett av de fyra dotterbolagen (Annonsförlagen), som ger ut 5 av förlagets 20 tidningar, har en scannerplats med scannerförare där 50 procent av bilderna scannas, resten är digitala. Ingen interndebitering.