



ROTO date

NEWSLETTER VON ROTO SMEETS

Nr. 5 - MAI 2005

**Wissen Sie, wieviel
Papier 2004 in Europa
verbraucht wurde?**

(siehe Antwort auf Seite 3)

Was ist besonders an dem Format, das Sie gerade in Ihren Händen halten?

Ab sofort wird jede Ausgabe Ihrer Kundenzeitschrift „Rotodate“ in einem anderen Format gedruckt.

Diese Formate dienen als Muster und bringen Ihnen einen oder mehrere Vorteile. Bewahren Sie Rotodate deshalb gut auf oder geben Sie das Heft an Ihre Kreativen weiter. So können Sie schon in der Gestaltungsphase Ihres Druckobjekts die Vorzüge eines Papierformats berücksichtigen.

Kompatibles Papierformat

Das vorliegende Format ist die ideale Lösung, um flexibel zwischen Tiefdruck und Offsetdruck wechseln zu können. Dieses Format ist vor allem für saisongebundene Firmen das "Ei es Kolombus". So benutzt es Roto Smeets beispielsweise für die Faltblätter einer Spielzeugkette.

In der Saison benötigt diese Firma große Mengen gedruckter Werbemittel, für die Tiefdruck das beste Druckverfahren ist. Und in den Perioden, in denen es einen Bedarf an weniger großen Volumen gibt, kann Offset eine Lösung bieten. Dabei ändert sich das Format und demzufolge das Layout nicht.

Sammelmappe

Wir halten Sammelmappen für Sie bereit, in denen Sie unsere Kundenzeitschriften aufbewahren können. Möchten Sie auch ein Exemplar, dann rufen Sie einfach kurz Ihre Kontaktperson an. Die Kontaktdaten finden Sie auf der letzten Seite.



ist eine Veröffentlichung von **Roto Smeets**, einem Mitglied von **RSDB**

Verantwortlicher Herausgeber: Marketing- und Kommunikationsentwicklung, Zeverijnstraat 6, 1216 GK Hilversum, Niederlande

Konzept und Umsetzung: Media Partners Belgium

Wachstum

Die weltweiten Ausgaben für Werbung sind 2004 gegenüber 2003 um beinahe 7 % gewachsen. Und auch in den kommenden Jahren wird der Kampf um den Verbraucher zu steigenden Werbeausgaben führen. Der Anteil des Mediums Papier bleibt dabei seit Jahren ziemlich konstant und angesichts der einzigartigen Eigenschaften von Papier wird das vorläufig auch so bleiben. Um nichts von diesem Schwung zu verlieren, haben wir in Druckmaschinen investiert, die zum richtigen Zeitpunkt die nötige Kapazität bieten, um auf Ihr Wachstum reagieren zu können – ganz gleich, ob Offset oder Tiefdruck. Sind Investitionen nicht immer auch ein Blick in die Zukunft?



René van Werkhoven
(Geschäftsführer
Roto Smeets)

**Wussten Sie, dass ...
... 2004 in Europa 24 Milliarden
Kilo Papier verbraucht wurden?**

**Wussten Sie, dass bei Roto Smeets
täglich 3 Millionen Zeitschriften aus
der Druckmaschine laufen?**

„Der Markt bestimmt den Papierpreis“

WIE KOMMT DER PAPIERPREIS ZUSTANDE? DIE ANTWORT AUF DIESE FRAGE IST EINFACH: DER MARKT BESTIMMT! DAS SAGT BERT VAN DRIE, DER BEI ROTO SMEETS MIT FÜR DEN EINKAUF VON PAPIER VERANTWORTLICH IST.

„Für Herausgeber und auch für Einzelhändler macht der Papierpreis einen großen Teil der Kosten eines Druckobjekts aus. Vielen fragen mich deshalb, wie dieser Preis zustande kommt. Die einfachste Antwort ist: Durch das Spiel von Nachfrage und Angebot auf dem Weltmarkt.“

Steigt bei Papierproduzenten der Belegungsgrad ihrer Maschinen auf 90 % oder mehr, entsteht ein aufwärts gerichteter Druck auf die Preise. Diesen Trend erleben wir heute: Der Preis beinahe aller Papiersorten steigt.

Der Weltmarkt ist ebenso groß wie empfindlich. Er reagiert sofort. Wir sehen, dass Einzelhändler mehr drucken und es erscheinen mehr neue Zeitschriftentitel. Das hat Folgen für den Preis. Sogar ein Streik bei einer Papierfabrik in Kanada hat Konsequenzen, denn dann kaufen kanadische Drucker Papier in Europa, wodurch sich hier der

Druck auf die zur Verfügung stehende Kapazität erhöht.

Nachfrage und Angebot sind derzeit ziemlich im Gleichgewicht. Überall auf der Welt wird die Kapazität erhöht, aber Papierfabriken in China und Indien produzieren zum Beispiel nur für ihren Heimatmarkt. Ebenfalls einen Einfluss hat das Phänomen, dass Einzelhändler nach Wegen suchen, wie sie sich von anderen unterscheiden können, beispielsweise durch die Wahl eines weißen Papiers – die Qualität des verwendeten Papiers steigt also. Diese Sorte kann dadurch teurer werden.

Der Papiermarkt ist global, aber zugleich sehr fragil. Eine kleine Störung verändert sofort das Gleichgewicht. Deshalb kann der Papierpreis wie ein Jojo steigen und sinken und ist oft nur für kurze Zeit konstant.“

Wussten Sie, dass ...

.... grafische Gestalter die Neigung haben, ein mattes, oftmals leicht cremefarbenes Papier zu wählen. Dagegen bevorzugen Leser und Leserinnen von Zeitschriften in ganz Europa beinahe immer strahlend weiße, glänzende Papiersorten. Das ist das Ergebnis einer Studie von Göte Nyman, Psychologieprofessor an der Universität von Helsinki.

Kommerzielles und administratives Herz

Bei Roto Smeets spielt Sales & Production Support in Hilversum eine wichtige Rolle. Hier schlägt das kommerzielle und administrative Herz des Unternehmens. Alle Angebote, Kalkulationen und Bestellungen kommen bei SPS zusammen. Die Firma kümmert sich um den gesamten nationalen und internationalen Druckmarkt. Außerdem gibt es bei SPS die Abteilung Planung, die via DiMS! die Belegung aller Maschinen der Produktionsbetriebe genau steuert, so dass Druckaufträge so schnell und effizient wie möglich gedruckt werden können.



DiMS! sorgt für optimale Kommunikation

DRUCKEREIEN UND WEITERVERARBEITUNGSFIRMEN VON ROTO SMEETS ARBEITEN INZWISCHEN ALLE MIT DIMS! ENTERPRISE. DAMIT IST ES MÖGLICH, UNTER ANDEREM ANGEBOTE, PLANUNG, KALKULATION, FAKTURIERUNG, NACHKALKULATION UND MANAGEMENT-INFORMATION AUS EINER EINZIGEN DATENBANK HERAUS AUFZURUFEN UND ANZUSTEUERN. WAS SIND DIE VORTEILE FÜR DEN KUNDEN? VIER FRAGEN AN ERIC RIKKERT, PROJEKTMANAGER DIMS! ENTERPRISE.

DRUCKEREIEN UND WEITERVERARBEITUNGSFIRMEN VON ROTO SMEETS ARBEITEN INZWISCHEN ALLE MIT DIMS! ENTERPRISE. DAMIT IST ES MÖGLICH, UNTER ANDEREM ANGEBOTE, PLANUNG, KALKULATION, FAKTURIERUNG, NACHKALKULATION UND MANAGEMENT-INFORMATION AUS EINER EINZIGEN DATENBANK HERAUS AUFZURUFEN UND ANZUSTEUERN. WAS SIND DIE VORTEILE FÜR DEN KUNDEN? VIER FRAGEN AN ERIC RIKKERT, PROJEKTMANAGER DIMS! ENTERPRISE.

Was ist DiMS!?

DiMS! ist eine Software, mit der sich Angebote, Kalkulationen, Planung und Produktion von allen Druckaufträgen nicht nur organisieren, sondern auch verfolgen lassen. Seit dem 1. Januar 2005 sind alle Produktionsstandorte von RSDB an das System angeschlossen. Wir arbeiten in einer einzigen Datenbank, so dass alle Mitarbeiter dieser Firmen über identische Informationen verfügen.

Warum ist das wichtig?

Das System gibt einen maximalen Überblick über die Planung eines Auftrags beziehungsweise über die Belegung und kann automatisch nach der bestmöglichen und verfügbaren Produktionsweise innerhalb der Gruppe suchen. Der Verkauf kann für Auftraggeber jederzeit online feststellen, was wann und wo produziert werden kann.

Wir arbeiten an einem viel stärkeren digitalen Band mit unseren Auftraggebern.

Funktioniert das System gut?

Wir arbeiteten bereits länger mit DiMS!, aber jetzt sind alle betroffenen

Roto-Smeets-Standorte an dieselbe Datenbank angeschlossen. Das System funktioniert hervorragend. Wir haben jetzt beispielsweise über Papinet eine Verbindung zu den Papierlieferanten hergestellt. Dadurch wissen wir genau, wann das Papier die Papierfabrik verlässt, welches Papier ein Lkw geladen hat und welche Menge Papier wir mit diesem Lkw bekommen. Wird ein Druckauftrag verschoben, melden wir das dem Papierlieferanten über das System. Das vermeidet die Bildung unnötiger Lagerbestände.

Was hat der Kunde davon?

Dank der gruppenweiten Datenbank sind wir in der Lage, schnell und optimal mit unseren Kunden zu kommunizieren. Alle Informationen aus allen Betrieben stehen direkt zur Verfügung. In absehbarer Zeit gehen wir zur nächsten Phase über, in der wir an einem viel stärkeren digitalen Band mit unseren Auftraggebern arbeiten. Wir denken beispielsweise an eine Koppelung an ihr System, damit wir Auftragsdaten nicht erneut eingeben müssen, aber auch an eine digitale Fakturierung. In Zukunft erhalten Kunden mithilfe von Tracking und Tracing Einblick in den Status ihres Auftrags. Kurz: Wir bieten ein eigenes Netz, mit dem Auftraggeber Produktionsdaten schnell und sicher liefern können.

4

Schwergewicht von 2 Kilogramm

RSDB-Tochterfirma De Wit, die zu Roto Smeets Grafische Nabewerking gehört, installierte im März dieses Jahres eine zweite neue Klebebinderanlage, eine Corona 13 mit 22 Eingabestationen.

So hat De Wit vor kurzem

mit der britischen Einzelhandelskette Argos einen Vertrag über die Produktion von vier Ausgaben des Argos-Katalogs geschlossen. Pro Jahr werden 6 Millionen Exemplare produziert, wobei jeder Katalog 2 kg wiegt und 1.600 Seiten umfasst! Dieser Auftrag ist De Wit, dem Spezialisten für das Binden, Weiterverarbeiten, Verpacken und Adressieren, geradezu auf den Leib geschneidert.



Die Marketing-Euros

Seit Jahren hängt die Aktivität in der Welt der Druckereien direkt von der Konjunktur ab. Wenn der Motor der Wirtschaft auf vollen Touren läuft, rollen die Marketing-Euros und die Druckpressen bleiben gefüllt. Und obwohl der Verstand in der Regel zu antizyklischer Werbung rät, verringern sich bei schrumpfender Wirtschaftstätigkeit meistens die Marketingbudgets. Das zeigt sich zum Beispiel am Anzeigenvolumen in Zeitungen und Zeitschriften.

Aber es gibt auch Branchen, in denen tatsächlich antizyklisch gehandelt wird. So nahm das Volumen unadressierter Haushaltswerbung in den letzten Jahren stark zu. Der Grund hierfür ist, dass dieses Medium zwar nicht gerade als „sexy“ angesehen wird, es aber unübertroffen ist, um den Verbraucher zum Handeln anzuregen, das heißt Einkaufen zu gehen. In den Niederlanden belegen dies stets aufs Neue die alljährlichen Untersuchungen.

Für einen Druckereikonzern wie Roto Smeets, der aus auf die verschiedenen Marktsegmente zugeschnittenen Standorten besteht, bedeutet das eine stabile Situation, unabhängig von der wirtschaftlichen Entwicklung.

Aktuelle Downloads!

Über die Webseite von Roto Smeets kann jeder die allerneuesten Richtlinien, Voreinstellungen, Farbprofile und Testformen abrufen. Auf der Webseite besteht jetzt die Möglichkeit, sich anzumelden, so dass Sie die aktuellste Version automatisch per E-Mail erhalten, sobald eine neue Downloadversion erscheint:

www.rotosmeets.com.



Strategie RSDB

Geschäftsplan

Beim Aufstellen des RSDB-Geschäftsplans für 2004 bis 2007 haben wir das Verhältnis von Nachfrage und Angebot auf dem Markt ebenso untersucht, wie technologische Entwicklungen und eigene Stärken und Schwächen. Dabei erkannten wir unter anderem in zunehmendem Maße folgende Ansätze bei RSDB-Kunden: reiner Einkauf im Hinblick auf die Produktion oder Einkauf im Zusammenhang mit einer gemeinsam zu entwickelnden Marketingkommunikationsstrategie oder eine Kombination von beiden. Außerdem ergab sich, dass die Stärken von RSDB – die auch historisch bedingt sind – einerseits im Rollendruck liegen und andererseits im redaktionellen Entwerfen und Gestalten von Marketingkommunikationskonzepten.

Entscheidungen

Die aktuelle Situation in der grafischen Industrie und das besondere wirtschaftliche Klima haben uns gezwungen, uns zu entscheiden. Eine dieser Entscheidungen ist, dass RSDB sich auf den Ausbau seiner Positionen als Hersteller von Rollendruckmaschinen und als Entwickler von Marketingkom-

munikationskonzepten konzentriert.

Dazu gehört, dass das derzeitige Organisationsmodell mit den drei Marken Roto Smeets, Plantijn-Casparie und MediaPartners aufgegeben wird. Die Kernaktivitäten verteilen wir auf zwei Geschäftsbereiche namens „Print Productions“ und „Marketing Communications“:

• Print Productions

Dieser Bereich kümmert sich um die effektive Produktion von Rollendruckaufträgen mithilfe spezialisierter Full-Service-Unternehmen, die als Berater, Ausführende oder Regisseure die gesamte Wertschöpfungskette von der Druckvorstufe bis zum Versand anbieten.

• Marketing Communications

Dieser Bereich soll den „eigenen Kommunikationskanal“ der Auftraggeber optimal unterstützen.

Möglicher Börsenausstieg?

RSDB will die Stellung der beiden Geschäftsbereiche die kommenden Jahre weiter verstärken – aus eigener Kraft oder durch Zukäufe. Darüber hinaus steht RSDB einer Konsolidierung im Rollendruck offen gegenüber, wenn das zu einer Verbesserung von Marktposition und Rendite führt.

In den kommenden Monaten untersuchen wir, inwiefern im Hinblick auf den beabsichtigten Ausbau von Print Productions und Marketing Communications eine Eigentumsstruktur außerhalb der Notierung an Börsen mehr Möglichkeiten bietet.

Den Anstoß zu dieser Untersuchung, in der wir die Belange aller Interessengruppen berücksichtigen, gaben unter anderen

- verschärfte Anforderungen und erhöhte Aufmerksamkeit des Managements im Zusammenhang mit der Börsennotierung sowie die daran gebundenen Kosten;
- die abnehmende Liquidität von Small Caps im Allgemeinen;
- die geringe Anzahl frei gehandelter Aktien von RSDB im Besonderen;
- das Spannungsfeld zwischen den Veröffentlichungsvorschriften einerseits und der Bewahrung der Konkurrenzfähigkeit andererseits.

Wir halten Sie auf dem Laufenden!



Größtes Wochenblatt der Niederlande ganz persönlich

DEN EIGENEN FREUND, DIE EIGENE FREUNDIN, MUTTER ODER OMA AUF DEM UMSCHLAG VON VERONICA MAGAZINE – DAS WAR DIE ÜBERRASCHUNG TAUSENDER LESER DIESER BELIEBTEN NIEDERLÄNDISCHEN WOCHENZEITSCHRIFT.

Die Herausforderung

Erik Visser, Marketingmanager des Verlags Veronica Uitgeverij, wollte seine Leser stärker an das Blatt binden. Ein personalisierter Umschlag zum Valentinstag passte zu diesem Ziel und zu Veronica. „Das ist originell und neu.“

Die Leser konnten vom eigenen Computer aus über eine spezielle Webseite Fotos der geliebten Person, die sie überraschen wollten, und Texte hochladen. Laut Visser waren die Leser total begeistert. „Für unser Image war diese

Aktion sehr gut. Der Witz bei dieser Aktion war natürlich, dass der Empfänger der Zeitschrift den Eindruck hat, als hätte die gesamte Auflage den Umschlag, den er oder sie in diesem Augenblick in Händen hält. Vor allem, weil Abonnenten Veronica Magazine bereits einen Tag früher bekommen, als es im Handel ist.

Der persönliche Umschlag kostete 4,95 €. Die Produktion begann, sobald die Bezahlung über die Einzugsermächtigung des Lesers eingegangen war.



Die Lösung

An diesem Projekt arbeiteten verschiedene Tochterfirmen zusammen. Der Innenteil der Zeitschrift wurde bei Roto Smeets Deventer



Der Kunde hat das Wort

gedruckt. Der personalisierte Umschlag wurde bei PlantijnCasparie Digital Print in Amsterdam produziert. Die Anwendung auf den Servern und im Internet wurde von PlantijnCasparie Data programmiert und Ten Klei in Purmerend kümmerte sich um die Weiterverarbeitung und die Verpackung unter Folie.

Paul van den Brink, Business Unit Manager von PlantijnCasparie Digital Print: „Wir machten von jedem Umschlag ein Produktions-PDF. Die PDFs wurden gesammelt und kamen auf einen Server. Die erste Umschlagseite stand zusammen mit drei anderen festen Seiten auf einem Bogen. Diese drei Seiten wurden also nicht individuell bedruckt, was jedoch möglich gewesen wäre. Die verschiedenen Datenbestände wurden auf den digitalen Druckmaschinen mithilfe eines Datenstrings zusammengefügt, in dem alle benötigten Daten standen, wie beispielsweise Name und Adresse. Alles in allem eine ganz schön aufwendige Sache.“

Beinahe eine Million Abonnenten

Veronica Magazine ist eine Veröffentlichung von Veronica Uitgeverij. Dieser Verlag gehört zum SBS-Konzern. Veronica Magazine ist das größte Publikumsblatt der Niederlande mit 920.000 Abonnenten und einem freien Verkauf von 150.000 Exemplaren. Insgesamt werden wöchentlich 2,7 Millionen Leser erreicht. Roto Smeets Deventer druckte Veronica Magazine und sorgte für die Personalisierung für den Postversand. Der reguläre Umschlag für die Gesamtauflage wurde bei Roto Smeets Weert gedruckt.

ETWAS HABEN ALLE KUNDEN VON ROTO SMEETS GEMEINSAM: SIE WOLLEN QUALITÄTSDRUCK UND PÜNKTLICHEN SERVICE. IN DIESER RUBRIK GEHEN WIR TIEFER AUF DIE ANFORDERUNGEN UND WÜNSCHE EINES UNSERER KUNDEN EIN, DES FRANZÖSISCHEN VERSANDHANDELSUNTERNEHMENS REDCATS SPECIAL BRANDS. ARCO MEIJNDERT, DER PRODUKTIONS-VERANTWORTLICHE, ERLÄUTERT, WARUM SICH REDCATS FÜR ROTO SMEETS ENTSCHEIDET.

Was genau macht Redcats?

Arco Meijndert: „Redcats Special Brands ist das drittgrößte Versandhandelsunternehmen der Welt. Wir besitzen 17 verschiedene Marken und sind in 18 Ländern aktiv. Zu unseren Firmen gehören unter anderem La Redoute und La maison de Valérie (Frankreich), Ellos (Schweden), Empire Stores (Großbritannien) und Redcats US (USA).“

Was ist Ihre Funktion?

Arco Meijndert: „Ich arbeite in Paris als Responsable Fabrication Catalogue. Zusammen mit meinem Team bin ich für die Katalogproduktion verantwortlich. Wir kümmern uns um den kompletten Produktionsablauf: Planung, Papiereinkauf, Repro, Druck und Weiterverarbeitung. Daneben sorgt mein Team auch für Übersetzung und Druckvorlagenherstellung unserer internationalen Versionen. Neben gängigen Sprachen wie Englisch und Deutsch machen wir manchmal auch Kataloge in exotischeren Sprachen wie Portugiesisch oder Japanisch.“

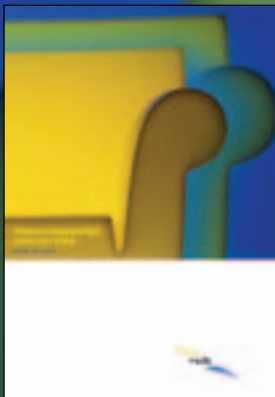
Warum hat sich Redcats für Roto Smeets entschieden?

Arco Meijndert: „Redcats arbeitet bereits etliche Jahre mit Roto Smeets. Für uns gehört diese Druckereigruppe zu den wenigen Druckern in Europa, denen es gelingt, Qualität und Zuverlässigkeit mit gutem Service zu kombinieren. Unsere Kataloge sind zu 85 bis 90 % Tiefdruckobjekte. Für uns ist es ein Vorteil, dass der Tiefdruckstandort von Roto Smeets in Etten relativ nah bei uns liegt.

Roto Smeets druckt für uns zweimal jährlich diverse Bruttohefte für unsere Hauptkataloge. Außerdem druckt Roto Smeets auch eine Reihe Zwischenkataloge, die meist maschinengeheftet oder -geleimt und beschnitten geliefert werden.“

Mit wem bei Roto Smeets haben Sie am häufigsten Kontakt?

Arco Meijndert: „Wir haben viel Kontakt mit Vincent Massat vom Verkaufsbüro Roto Smeets France in Paris. Darüber hinaus telefonieren wir öfters mit dem Auftragsmanagement von Roto Smeets Etten. Die Kontakte sind für mich etwas Besonderes, denn bevor ich nach Frankreich gezogen bin, war ich dort Mitarbeiter. Deshalb grüße ich alle alten Kollegen in Etten Leur recht herzlich!“



RSDB will seine betriebswirtschaftlichen Ziele im Gleichgewicht mit einer verantwortungsbewussten Sozial- und Umweltpolitik erreichen. Dabei legen wir großen Wert auf nachhaltige Beziehungen zu allen unseren Interessengruppen. Wir informieren sie umfassend und sind ein gesellschaftlich verantwortungsvoll wirtschaftendes Unternehmen.

Die Umweltpolitik von RSDB und die Weise, auf die wir seit 1994 eine Ökobilanz für die von uns genutzten Rohstoffe und die von uns produzierten Produkte und Abfallprodukte aufstellen, wird geschätzt. Deshalb macht RSDB jedes Jahr einen Umweltbericht – und zwar obwohl RSDB nicht zu der Kategorie von Firmen in den Niederlanden gehört, die zu einem Jahresbericht über ihre

Auswirkung auf die Umwelt und ihre Anstrengungen für die Umwelt verpflichtet sind. Für das Jahr 2004 haben wir beschlossen, die Informationen über unsere Sozial- und Umweltaktivitäten in einem Umwelt- und Sozialbericht zusammenzufassen, der einen Überblick über unsere Tätigkeit auf Gebieten gibt, die für Sie wichtig sind.

Den Umwelt- und Sozialbericht 2004 können Sie über die Webseite der RSDB-Holding www.rsd.nl anfordern oder direkt von dort herunterladen.

8

Bielefeld... Deutschland... die Welt

Auch im Jahre 2005 wird Roto Smeets Deutschland in der gewohnten Konstellation von Bielefeld aus für seine Kunden im Einsatz sein.

Für die konzeptionelle Erarbeitung und Beratung rund um den Druck jederzeit vor Ort: die Herren Klaus Hageresch, Dietmar Horn und Stephan Segbert. Nicht nur in Deutschland, sondern auch in Österreich und in der Schweiz. Ob mit dem Auto, der Bahn oder dem Flugzeug – allzeit bereit, dynamisch, flexibel und mobil. Ausgestattet mit dem notwendigen technischen Equipment.

Ihre Aufgabenstellungen sind vielfältig und breit gefächert. Ob im Herstellungsprozess für Publikums- oder Fachzeitschriften, Massenwerbedrucksachen, Reisekatalogen oder Versandhauskatalogen.

Sei es in der Entwicklung neuer Druckformate oder der Wahl der optimalen Bedruckstoffe – von der Lithographie bis zur Distribution bieten sie Hilfestellung durch kompetente Beratung und Erfahrungsaustausch auf Basis der neuesten technischen Gesichtspunkte. Alles unter dem Aspekt der Zeit- und Kosteneinsparung für ihre Kunden.

Tatkräftig unterstützt werden sie hierbei von dem dreiköpfigen Team am Standort Bielefeld. Das Büro liegt zentral in der Bielefelder Innenstadt, in der Nähe des Hauptbahnhofes, im Oberzentrum Ostwestfalen-Lippe, direkt an der Autobahn A2 zwischen Dortmund und Hannover. Das Büro dient als Drehscheibe, Anlaufstelle und Bindeglied zwischen allen Beteiligten. Für den reibungslosen Ablauf – sowohl in technischer als auch in organisatorischer Hinsicht – zeichnen hier verantwortlich: Herr Jürgen Bergmajer, Frau Birgit Hempel und Frau Martina Wiese.

Für alle Fragen rund um den Druck. Der schnelle und direkte Zugang zu den modernen Roto Smeets Druckbetrieben.

KOLUMNE

Alles erwacht zu neuem Leben ...

Sehr verehrte Kunden,

langsam erwärmen uns die ersten Sonnenstrahlen wieder, es grünt und blüht, die Vögel zwitschern, die Straßen sind belebt und bunt ... alle freuen sich auf den mit großen Schritten herannahenden Sommer.

Zeit also, mit dem vergangenen Jahr endgültig abzuschließen.

Auch bei Roto Smeets Deutschland können wir entgegen der allgemeinen wirtschaftlich schlechten Erwartungshaltung auf ein zufriedenstellendes positives Ergebnis zurückblicken. Der Umsatz konnte erneut gesteigert werden, Volumen ausgebaut und neue Kunden hinzugewonnen werden.

Dieser Trend setzt sich auch 2005 fort.

Grund genug, mit unserem Team optimistisch, voller Freude und Engagement in die Zukunft zu schauen und die Herausforderungen und neuen Projekte in Angriff zu nehmen, um für Sie jederzeit das optimale Resultat zu erzielen. Denn Ihre Drucksachen sollen sich ja von der Masse abheben.



*Klaus Hageresch,
Geschäftsführer
Roto Smeets
Deutschland*



ROTOdate

ROTO SMEETS DEUTSCHLAND GMBH

Paulusstraße 1, 33602 Bielefeld • Tel.: 0521 / 966 663 • Fax: 0521 / 6 32 38

Mehr Informationen finden Sie auch auf unserer Website www.rotosmeets.com