



# ROTO date

NEWSLETTER VON ROTO SMEETS

NR. 6 - SEPTEMBER 2005

## Wussten Sie, dass...

- eine Tiefdruckmaschine mit einer Breite von 368 cm 40 Millionen kg Papier bedruckt?
- eine Rolle Tiefdruckpapier 8.000 kg wiegt?

Jede Ausgabe dieses Newsletters ‚Rotodate‘ wird in einem anderen Format produziert und wird jeweils ein Beispiel für einen oder mehrere Vorteile sein. Heben Sie diese Newsletter deshalb gut auf, und geben Sie sie an Ihre kreativen Mitarbeiter. So können Sie bereits in der Entwurfsphase die Vorteile eines Papierformats berücksichtigen.

## Quadratisch fällt auf

**GUTE DRUCKSACHEN VERMITTELN IHRE BOTSCHAFT. BILD UND TEXT SIND SELBST-  
VERSTÄNDLICH WICHTIG, GENAUSO WIE DIE FARB- UND PAPIERAUSWAHL. ABER  
AUCH DIE KREATIVE ENTSCHEIDUNG FÜR EIN AUFFÄLIGES FORMAT HilFT.**

Viele Verleger und Händler verwenden das A4-Format. Logisch, denn dieses Standardformat hat sich auf dem europäischen Markt durchgesetzt und birgt weder für den Verbraucher noch den Drucker Geheimnisse. Der Nachteil dieses Formats ist, dass es in der enormen Informationsflut kaum auffällt.

Bei einem quadratischen Format sieht dies anders aus. Jef Peeters von Roto Smeets Belgien erklärt: „Die Kunst besteht darin, bei einer gleichen Papierfläche die maximale Wirkung aus einem Bogen oder einer Rolle Papier herauszuholen und gleichzeitig maximal aufzufallen. Dies ist beispielsweise mit extra breiten Formaten möglich, aber diese Entscheidung kann bei der Postzustellung Probleme bereiten. Da viele Briefkästen ziemlich klein sind, muss das Produkt gefalzt werden, was der Ausstrahlung nicht zugute kommt.

Auch die Vorschriften, die die Postunternehmen in den verschiedenen europäischen Ländern anwenden, sind unterschiedlich. So kann ein breiteres, abweichendes Format bei einer internationalen Verteilung plötzlich viel teurer werden als geplant.“

### Prächtige Kataloge

„Mit einer Tiefdruckpresse können quadratische Formate leicht bedruckt werden, da es keinen Abschlag gibt und die Zylinder auf das fertige Format eingestellt werden können. Ein Format von 26 x 26 cm sieht attraktiv aus, für einen unserer Kunden drucken wir aber auch 32 x 32 cm. Auch 24 x 24 cm gehört zu den Möglichkeiten, wie die Möbel- und Dekokataloge von Casa in Frankreich belegen: prächtige

Kataloge, die durch das Format in einen günstigeren Verteilungstarif fallen.

Oder nehmen wir diese Ausgabe von Rotodate. Diese misst 28 x 28 cm. Wir können dieses Format bis maximal 16 Seiten pro Heft auf unseren 24-Seiten-Maschinen in Weert inline leimen. Für Möbelkataloge oder Mode ist dieses Format äußerst geeignet.

Offset und Tiefdruck stellen ihre eigenen Anforderungen an die Formatauswahl. Dennoch kann Roto Smeets durch kreatives Mitdenken fast alle Drucksachen den spezifischen Kundenwünschen anpassen. Unabhängig vom Druckverfahren werden auf diese Weise der „Look & Feel“ der Drucksachen erhalten. Es ist viel mehr möglich, als manchmal gedacht wird. Die Entscheidung für ein quadratisches Format kann bei einem gut durchdachten Produkt wirtschaftlich günstiger sein und außerdem die Kommunikationskraft erheblich steigern.“

**Sie haben noch keine  
Sammelmappe?**

Dann fordern Sie eine über Ihren Ansprechpartner an.  
Die Angaben finden Sie auf der letzten Seite.

 **ROTOdate**

ist eine Veröffentlichung von **Roto Smeets**, einem Mitglied von **RSDB**  
**Verantwortlicher Herausgeber:** Marketing- und Kommunikationsentwicklung, Zevenijnstraat 6, 1216 GK Hilversum, Niederlande  
**Konzept und Umsetzung:** Media Partners Belgien

## Wachstum

*Sehr geehrte Leser,*

*SPARSAMKEIT. Die Niederländer sind weltweit bekannt dafür. Denken wir beispielsweise an den Ausdruck ‚Dutch treat‘. Eigentlich ist nichts falsch damit - solange es nicht auf Kosten der Qualität geht. Bei Roto Smeets wissen wir alles darüber. Wir fertigen Qualitätsdrucksachen an, sorgen aber auch dafür, dass die Kosten kontrolliert werden. Jeden Tag prüfen wir, ob der Prozess schneller, effizienter und besser durchgeführt werden kann. Eine alternative Papiersorte, ein anderes Format, Online-Prepress, ausgereifere Fertigstellungstechniken oder die Distribution. Die Möglichkeiten sind unbegrenzt! In einigen Artikeln dieser Rotodate-Ausgabe lesen Sie, wie Sie sparen können. Wertvolle Tipps, um die Kosten so gering wie möglich zu halten.*



**René van Werkhoven**  
(Geschäftsführer  
Roto Smeets)

## Roto Smeets stellt neue Druckmaschinen auf

Im August 2004 machte der Vorstand bekannt, in neue Druckmaschinen investieren zu wollen. Sie ersetzen technisch und wirtschaftlich überholte Anlagen und sind erforderlich, damit RSDB seine Wachstumsziele verwirklichen kann.

Bei Roto Smeets Deventer wird ab Mitte Oktober hart am Aufbau einer zweiten 368 Zentimeter breiten Rollentiefdruckmaschine von Cerutti gearbeitet. In Deventer stehen bereits zwei kleinere Cerutti-Maschinen mit je 308 Zentimetern. Eine Reihe vorbereitender Arbeiten ist laut Projektmanager Paul de Jong bereits abgeschlossen. So wurde der Zylindertransport im Maschinensaal angepasst und ein neues Chrom- und Kupferbad in Betrieb genommen. Die neue Cerutti läuft mit einer Geschwindigkeit von 56.000 Umdrehungen pro Stunde, das entspricht mehr als sieben Millionen Seiten pro Stunde. Paul de Jong: „Wir liegen im Zeitplan. Wenn wir so weitermachen, werden die ersten Produkte im Frühjahr 2006 gedruckt.“

Roto Smeets Weert liegt bei der Inbetriebnahme der neuen MAN Rotoman S Doppel-24- Heatsetrolleoffsetanlage ebenfalls im Zeitplan, so Geschäftsführer Ton Poos. Es geht hierbei um zwei 24-Seitenanlagen, die übereinander gebaut sind und aus acht Druckeinheiten, zwei Öfen, einer Falzanlage und zwei Ausgaben besteht.

Im September 2004 begannen die Anpassungen am Gebäude und die Montagearbeiten. Im April 2005 trafen aus Deutschland die ersten Bauteile der Anlage ein. „Wir produzieren seit der ersten Juliwoche und die Maschine läuft fantastisch“, sagt Poos. Im maximalen Format (235 mm Breite, 285 mm Höhe) kann die Rotoman 85.000 Exemplare pro Stunde drucken. „Unsere Kunden werden vor allem mit der sehr hohen Lieferzuverlässigkeit zufrieden sein, die wir mit dieser Maschine erreichen können“, freut sich Poos voll Begeisterung.

Bei Senefelder Misset in Doetinchem startete Anfang August die Montage einer neuen 16-Seiten-Polyman. Die Maschine kann bis zu 45.000 Exemplare pro Stunde mit einer maximalen Bahnbreite von 96,5 cm drucken. Laut Marketingmanager Jan-Maarten Plomp ist die Anlage Ende September vollkommen betriebsbereit.

## Kunst in der Philips-Werbung

**DIE NIEDERLÄNDISCHE MARKE PHILIPS IST WELTBERÜHMT. DIESE BEKANNTHEIT HAT DAS UNTERNEHMEN UNTER ANDEREM DEN JAHRELANGEN, INTENSIVEN, WELTWEITEN WERBEKAMPAGNEN, UNTER ANDEREM ÜBER DRUCKSACHEN, ZU VERDANKEN. PHILIPS ARBEITET SEIT BEREITS EINEM JAHRHUNDERT MIT RSDB ZUSAMMEN. SO ERWARB ROTO SMEETS WEERT 1913 DEN AUFTRAG, ZWANZIG MILLIONEN WERBEVERSCHLUSSMARKEN ZUR VERKAUFSFÖRDERUNG EINER NEUEN LAMPE ZU DRUCKEN.**

2004 beschloss RSDB, die Ausgabe ‚Kunst in de Philips-reclame‘ (Kunst in der Philips-Werbung) zu unterstützen - nicht nur wegen der Beziehung zu Philips, sondern auch um zu zeigen, dass RSDB kleinere Projekte von hoher Qualität gut bewältigen kann.

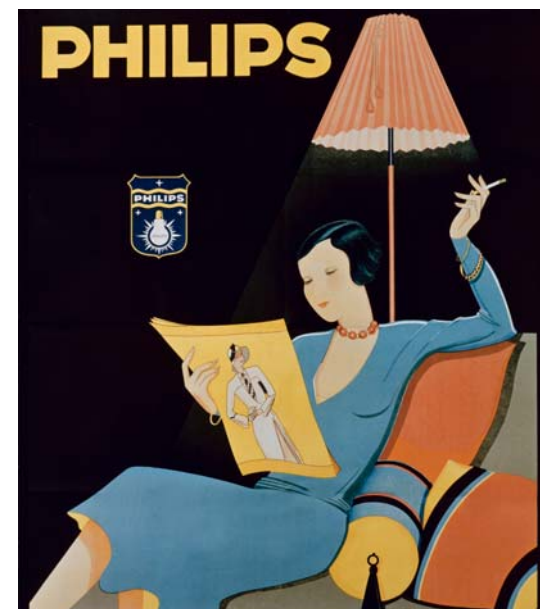
Das Buch ‚Kunst in de Philips-reclame (1891 - 1941)‘, geschrieben von Frans Wilbrink, erschien im April dieses Jahres, unter anderem anlässlich des Abschieds des mittlerweile hundertjährigen Frits Philips, eines wichtigen Verfechters auffälliger Werbung. Das Buch zeigt und beschreibt Kunst in der Werbung in den ersten fünfzig Jahren des Bestehens von Philips. Das Unternehmen erkannte bereits schnell die Bedeutung von Werbung, und ab der Einführung der Metalldrahtlampe 1908 wurde durch und für Philips besonders viel Werbung betrieben.

1923 stellte Philips den ersten Werbedesigner, den Deutschen Hans Oertle, ein. Zwei Jahre später entstand unter der beseelenden Leitung von Louis Kalff ein Werbestudio, in dem Designer aus verschiedenen Ländern arbeiten. Das Werbestudio, das ab Ende 1928 ‚Artistieke Propaganda‘ (Künstlerische Propaganda) hieß, erreichte seinen Höhepunkt Ende der zwanziger Jahre, als elf Designer im Dienst waren.

Obwohl im Buch vor allem die Arbeit von Werbezeichnern im Mittelpunkt steht, werden auch einige Fotografen und Filmer beleuchtet. Die gut vierhundert Abbildungen vermitteln ein prächtiges Zeitbild. Das Buch wird mit einer kurzen Biographie von jedem der ca. fünfzig genannten Künstler abgeschlossen.

### Auch interessiert?

Das Buch kostet 22 Euro und kann bestellt werden, indem Sie eine E-Mail an [info@rotosmeets.com](mailto:info@rotosmeets.com) senden.



Wussten Sie, dass ...

..die Papierfaser sieben Leben hat ?

Eine Papierfaser kann ca. 7 x wiederverwendet werden, bevor die mechanischen und chemischen Eigenschaften verloren gehen. ‚Frischer‘ Papierbrei wird deshalb immer für die Papierherstellung erforderlich sein. Übrigens können auch die ‚betagten‘ Fasern unter anderem als thermisch recycelbares Material (Verbrennen) bei der Energieerzeugung benutzt werden.

## Testen mit Papier: Suchen nach der perfekten Ausstrahlung

EINE DRUCKEREI VON RSDB TESTETE HOLZFREIES PAPIER UND ZEITUNGSPAPIER AUF EINER TIEFDRUCKPRESSE. PAPIERSPEZIALIST BERT VAN DRIE: „FÜR UNSERE KUNDEN SUCHEN WIR IMMER PAPIER MIT DEM BESTEN VERHÄLTNIS ZWISCHEN PREIS UND AUSSTRAHLUNG ODER WIR SUCHEN MÖGLICHKEITEN, DIE WENIGER ÜBLICH SIND, ABER VORTEILE FÜR UNSERE KUNDEN BRINGEN.“

Zeitungspapier ist ideal für Heatset geeignet. Aber was passiert mit der Bedruckung, wenn man das Papier auf eine Tiefdruckmaschine legt? Bert van Drie untersuchte die Möglichkeiten für einen Kunden, der zweimal jährlich einen großen Ausverkauf durchführt.

Van Drie: „Dieser Einzelhändler steht für Qualität. Während des Ausverkaufs will er aber hervorheben, dass es Schnäppchen zu holen gibt. Deshalb muss seine Broschüre auf aufgebeßertem Zeitungspapier gedruckt werden. Wir testeten das Zeitungspapier auf einer Tiefdruckpresse mit einer Breite von gut drei Metern. Das verlief prima. Auch der Kunde ist mit der Ausstrahlung des Produkts zufrieden und kann auf diese Weise zusätzlich ca. fünf Prozent Papierkosten einsparen.“

### Gute Färbekraft

Eine ähnliche Frage nach den Möglichkeiten von Papier kam aus Großbritannien. „Auf einer schmalen, anderthalb Meter breiten Tiefdruckmaschine führten wir Tests mit holzfreiem 90-Gramm-Papier durch. Auch dieser Test verlief ausgezeichnet. Die Färbekraft blieb gut, und bei 90-Gramm-Papier ist die Opazität (Lichtundurchlässigkeit) ebenfalls in Ordnung. Auch die Drucker hatten keine Probleme. Da breite Tiefdruckmaschinen einen größeren Output als Heatsetpressen haben, könnten die Druckkosten gesenkt werden, aber dafür sind mehr Tests erforderlich, unter anderem auf den breiteren Tiefdruckmaschinen“, beschließt Van Drie.

### ‚Sehen ist glauben‘

Wichtig ist, dass es zwei Papierlieferanten gibt, die Zeitungspapier mit einer Breite von drei Metern anbieten. Sehen ist glauben... Wer deshalb Testproben sehen möchte, kontaktiert am besten das Roto Smeets Verkaufsbüro in seiner Nähe.

# Neue Papiersorte spart Portogebühren

IN DIESER UND DER NÄCHSTEN ROTODATE-AUSGABE WERDEN WIR PAPIERQUALITÄTEN VERSCHIEDENER LIEFERANTEN ERÖRTERN. IN DIESER AUSGABE WIRD VOR ALLEM EINER DER FESTEN PAPIERLIEFERANTEN VON RSDB, STORAENSO, BELEUCHTET. DAS WERK ERNEUERTE PRESSELECTION, DAS ANGEBOT FÜR ROTATIONSDRUCK. DER GRÖßTE VORTEIL FÜR DEN KUNDEN BESTEHT DARIN, DASS DURCH DAS GERINGERE GRAMMGEWICHT DIE PORTOKOSTEN ERHEBLICH EINGESPART WERDEN KÖNNEN.

Unter dem Label InnoPress bringt StoraEnso Rotationspapier auf den Markt. Dies ist eine ‚light weight uncoated‘ (ungestrichene) Papiersorte, die aber praktisch gesehen die Eigenschaften von ‚light weight coated‘ (gestrichenem) Papier hat. Technisch gesehen betrifft es eine superweiße SC-Qualität mit der Ausstrahlung und den Eigenschaften von LWC. InnoPress ist eine günstigere Alternative für LWC und weißer als Standard-LWC. InnoPress ist vor allem für Verlagsprodukte geeignet, die von LWC aus ‚downgraden‘ möchten, um so Kosten einzusparen, bzw. die von den SC-A+ Sorten aus ‚upgraden‘ möchten. Sonstige Lieferanten wie UPM bieten ähnliche Verbesserungen an.

## Neue Papiersorten

Es ist eine allgemeine Tendenz, dass Papierhersteller neue Papierqualitäten in einer verbesserten Ausführung von Zeitungspapier entwickeln.

So lancierte unter anderem StoraEnso Anfang dieses Jahres SilvaPress, eine ganz neue Qualität für Zeitschriftenpapier. Es betrifft aufgebessertes Zeitungspapier mit einer hohen Weißheit und einer glatten

Oberfläche, die sowohl für Tiefdruck als auch für Heatset geeignet ist. Am Anfang des Sommers wurde MagniPress Bulky, eine hochwertige Qualität SC-A+ Zeitschriftenpapier auf den Markt gebracht, die - wie der Name bereits sagt - aufgebauscht wurde.

Bert van Drie: „Einer der wichtigsten Gründe, die für einen Wechsel sprechen, ist das geringere Gewicht des Papiers. Bei großen Auflagen können die Portogebühren erheblich gesenkt werden.“

Leser merken häufig keinen Unterschied zwischen den verschiedenen Papiersorten.

Der westeuropäische Markt für SC-Papiersorten umfasst ca. 3,3 Millionen Tonnen auf Jahresbasis. ‚SC‘ steht für ‚supercalandered‘ oder ungestrichenes Zeitschriftenpapier. Es gibt drei verschiedene SC-Sorten: SC-B, SC-A und SC-A+. Der Unterschied zwischen SC-B und SC-A liegt im Glanz und in der Weißheit des Papiers. SC-A+ ist noch weißer als SC-A. SC-Papier wird vor allem für Zeitschriften mit größeren Auflagen verwendet. Andere Kunden sind Hersteller von Luxus-Broschüren für den Einzelhandel und beispielsweise Katalogen.

## Papierlager stehen leer

Der Einkauf von Papier ist eine Frage des langen Atems. Lästig wird es, wenn die Produktion für längere Zeit ausfällt. In Finnland führten Arbeitskonflikte zu Streiks. Diese sind mittlerweile beendet. Auch in Kanada war es unruhig.

Harry Eken, Leiter Papiereinkauf: „Die Vorräte waren Ende Juni fast aufgebraucht. Wir hatten aber keine Probleme, da wir unsere Vorräte scharf im Auge behalten, proaktiv reagieren und Volumen frühzeitig bei alternativen Lieferanten unterbringen. Die Preise für Papier ziehen in den USA und Fernost kräftig an. Dies sorgt für extra „Saugkraft“, wodurch der Papiermarkt in Europa noch knapper wird. Die Lieferzeit von Papier für neue Aufträge kann bis zu vier Monaten dauern.“

Zur Zeit laufen die Papierfabriken wieder auf vollen Touren. Durch die große Marktnachfrage können wir aber keine Vorräte anlegen. Harry Eken geht davon aus, dass sich die Lage erst im Frühling 2006 verbessern wird. Papierhersteller erwägen, den Papierpreis Ende dieses Jahres über die ganze Breite steigen zu lassen.

## „The Economist“ zwei Jahre auf Maschinen von Roto Smeets Weert

**JEDE WOCHEN PRODUZIERT ROTO SMEETS WEERT EINE VIERTEL MILLION EXEMPLARE VON „THE ECONOMIST“. VON DIESER RENOMMIERTEN AUSGABE WERDEN WÖCHENTLICH WELTWEIT FAST EINE MILLION EXEMPLARE VERTEILT. IN DIESEM JAHR WURDE EIN NEUER VERTRAG UNTERZEICHNET, WODURCH AUCH IN DEN KOMMENDEN ZWEI JAHREN „THE ECONOMIST“ VON DEN ROTO SMEETS-DRUCKPRESSEN ROLLT.**

In Weert werden die Zeitschriften für Kontinentaleuropa, den Mittleren Osten und Afrika gedruckt. „The Economist“ zeichnet sich, neben der besonders hochwertigen und eigensinnigen Sicht auf die wirtschaftlichen Weltnachrichten, vor allem durch die Aktualität aus. Am Donnerstagnachmittag um 14.00 Uhr erhalten wir die letzten Seiten, während um 18.00 Uhr die ersten achttausend Exemplare ausgeliefert werden müssen. Am Freitagmorgen müssen alle Verkaufsstellen in den Wirtschaftszentren bevorratet sein.

Die ständig guten Leistungen von Roto Smeets Weert, vor allem hinsichtlich der Zuverlässigkeit, der Flexibilität und der logistischen Erfahrung, haben dazu geführt, dass der in diesem Frühling auslaufende Vertrag um zwei Jahre verlängert wurde. Am 19. Mai wurde der



neue Vertrag in Weert durch Sharon Simpson, Director of Production von „The Economist“ und John Caris, Member

Board of Directors RSDB, unterzeichnet. In ihrer Gesellschaft befanden sich Alan Dunachie, Director of Operations von The Economist, Alec Bergsma, Sales Director International Publishing und Ton Poos, Managing Director Roto Smeets Weert.

## Quote Media lanciert neuen Titel mit einzigartigem Konzept

**VIELE ZEITSCHRIFTEN DES VERLAGS QUOTE MEDIA WERDEN BEREITS SEIT JAHREN DURCH VERSCHIEDENE ROTO SMEETS-DRUCKEREIEN GEDRUCKT. DIESER AUFTRAGGEBER SCHAFFT ES NICHT NUR, DIE LIEFERANTEN „SCHARF“ ZU HALTEN, SONDERN VERSTEHT AUCH WIE KEIN ANDERER DIE KUNST, NEUE, AUFSEHENERREGENDE TITEL ZU LANCIEREN.**

In den letzten Jahren konzentrierte sich die Zusammenarbeit zwischen Quote Media und Roto Smeets auf die Druckereien Senefelder Misset in Doetinchem und Roto Smeets Weert.

Die Titel Elle und Santé (Deventer) und Elle Girl, Shop, Safe und Fiscalert (Weert) werden - häufig in Zusammenarbeit mit De Wit Grafische Afwerking - zur vollen Zufriedenheit von Quote Media produziert.

### Der Verlag sieht neue Möglichkeiten im Zeitschriftensektor

Vor kurzem wurde ein neues Wochenblatt mit dem Titel ‚In-Magazine‘ lanciert. Mit einer Startauflage von 150.000 Exemplaren und einem Umfang von 96 Seiten plus Umschlag erwartet der Verleger, im Segment ‚glossip‘ erfolgreich aktiv werden zu können. Für den niederländischen Markt

ist ein vollwertiges Magazin in Kombination mit Rundfunk- und Fernsehangeben einmalig.

Nach einer intensiven Anlaufphase mit drei Nullnummern ist es Roto Smeets Weert wieder gelungen, den Druckauftrag für dieses Magazin zu erwerben. Die hohe Druck- und Fertigstellungsqualität, die kurze Durchlaufzeit und das hohe Maß an Lieferzuverlässigkeit waren neben dem marktconformen Preis bei der Entscheidung für Roto Smeets Weert ausschlaggebend. Angesichts der erfolgreichen Lancierung früherer neuer Titel durch Quote Media ist die Chance, dass dieser Titel im Markt erfolgreich sein wird, sehr hoch.



# Hochwertiger Glanz auch in hohen Auflagen

**MIT ROTATIONSDRUCK UMSCHLÄGE AUF EINEM HOHEN GRAMMGEWICHT DRUCKEN UND EINE LUXUS-AUSSTRAHLUNG GARANTIEREN? ES IST MÖGLICH, OHNE DASS DIE KOSTEN ASTRONOMISCH IN DIE HÖHE STEIGEN.**

Die Ausstrahlung von Ecofinish ist fast mit dem von UV-Lack identisch, aber der Preis ist viel attraktiver. Messungen zeigen, dass der Glanz von Ecofinish - ausgedrückt in Hunter - kaum hinter dem des viel teureren UV-Lacks zurückbleibt.

Roto Smeets bringt Ecofinish inline auf der Presse an. Auch Spotlack gehört zu den Möglichkeiten. Die Schnelligkeit der Produktion von Umschlägen leidet keineswegs darunter. Beim Drucken von vier Umschlägen pro Umdrehung auf den Offsetmaschinen ist eine Produktion von 180.000 Exemplaren pro Stunde machbar. Diese Mengen können mit UV-Lackierung im Bogendruck selbstverständlich nie erreicht werden.

## Quickstep entscheidet sich für Ecofinish

Mindestens so wichtig ist, dass Ecofinish auf schweres Papier aufgetragen werden kann. Normalerweise liegt die Grenze mit dem Rotationsdruckverfahren bei einem Grammgewicht von 170 g/qm, aber hochwertiges Papier mit einem Grammgewicht bis 300 g/qm rollte bereits erfolgreich von der Presse.

Quickstep, Produzent von Laminatböden und Sponsor eines äußerst erfolgreichen Radrennteams, wählte diese Lösung für seine europäischen Kataloge. Diese werden in fünfzehn Ländern verteilt. An die Ausstrahlung und den Glanz der Kataloge stellt Quickstep selbstverständlich hohe Anforderungen. Das Unternehmen wechselte von UV zu Ecofinish und konnte so erheblich Kosten einsparen. Auch eine zusätzliche Investition in schwereres Papier für Umschläge oder Innenteile ist möglich.

# BLOKKER DURFT!

**128 MB  
TOPKWALITEIT!  
ZEER COMPLETE!**



## Nova Friteuse type FR-227

De friteuse heeft een multifunctionele handgreep systeem. Het afneembare filterdeksel bevat een koolstoffilter, een groot kijkvenster en is vaatwasmachinebestendig. De binnenpan is van gegoten aluminium en heeft een anti-aanbaklaag.

- Inhoud 2,5 liter.
- Koude wand.
- Opbergbaar snoer.
- Automatische dekselopener.

**39,95**

Incl. recuperatiebijdrage 1,00

## Germatic stofzuiger

- Elektronische zuigkrachtregeling.
- Met telescoopbuizen.
- Stofzak-vol-indicator.
- Zuigvermogen 2000 watt!

## Einzelhändler spart Verteilungskosten ein

**DIE LADENKETTE BLOKKER IN DEN NIEDERLANDEN UND BELGIEN LIEFERT HAUSHALTSARTIKEL. EIN TEIL DER GESCHÄFTE BIETET AUCH SPIELWAREN AN. WIE WIRD DIES MÖGLICHT GUT UND GÜNSTIG KOMMUNIZIERT?**

Accountmanager André Smit suchte und fand die Lösung. Bis vor kurzem druckte Blokker zwei separate Ausgaben: eine mit dem Haushaltswarenangebot und eine mit dem Spielwarenangebot. „Weil nicht alle Geschäfte Spielwaren anbieten, war die Auflage des Spielwarenprospektes niedriger. Das ist selbstverständlich kein Problem. Allerdings musste Blokker die Ausgaben zweimal als Postwurfsendung zustellen lassen - eine kostspielige Angelegenheit.“

Roto Smeets fand die Lösung. Bei einer neuen Ausgabe rollen zunächst die fast zwei Millionen Prospekte im A3-Format mit den Haushaltswaren komplett fertiggestellt von der Presse. Danach wird der Produktionslauf beendet und die Drucker wechseln das Papier für eine breitere Bahn. Jetzt werden auch die vier Millionen Spielwarenprospekte als separater Teil im Herz mitgedruckt. Smit: „Die niedrigeren Verteilungskosten ergeben eine erhebliche Einsparung.“

Auch andere Einzelhändler kennen das Problem, dass nicht in allen Geschäften das gleiche Sortiment erhältlich ist. „Wir können diesen Einzelhändlern vorrechnen, was ihnen die eingesparten Verteilungskosten letztendlich bringen“, beschließt Smit.

# Sommer in Deutschland

Saure-Gurken-Zeit? Sommerloch?

Welche Schlagzeilen und welche Themen haben die Menschen in Deutschland beschäftigt?

Einige Beispiele:

- Europäische Verfassung
- Vertrauensfrage der Bundesregierung
- Neuwahlen ja oder nein
- Attentat in London
- Tour de France
- Ferienzeit
- Baustellen und Staus
- Wetterkapriolen
- Tabakwerbeverbot
- Harry Potter
- und vieles andere mehr

Sommerliche Temperaturen für die einen (Bilderbuchwetter), Überschwemmungen, Hitze oder gar Dürre für andere.

Zwischendurch stockt einem der Atem, erschüttert von den - vielen - Schicksalsschlägen, und dann dreht der Erdball sich doch weiter, das Leben geht weiter .....

Nach und nach findet auch die schönste Nebensache der Welt - der Fußball - wieder seinen raumfüllenden Platz in den Medien. Das Personalkarussell der Fußballklubs dreht sich, die Neuerwerbungen werden - zum Teil

argwöhnisch - beäugt und begutachtet.

Der neue 'Harry Potter' Roman fesselt seine Fans weltweit; bricht nach Verkaufsstart alle Rekorde (mit 13 verkauften Exemplaren pro Sekunde).

Die Vorbereitungen für die Fußball WM 2006 in Deutschland laufen auf Hochtouren; ein Grobereignis wirft seine Schatten voraus. Alle möchten partizipieren; die Erwartungen sind hoch.

Ist die Euphorie und Zugkraft der WM als Wirtschaftsmotor zu nutzen?

Wie weit zahlt sich ein Engagement hier aus - in Bezug auf Umsatz oder Image?

Auch bei Roto Smeets stehen die Uhren nicht still. Mit Eifer und Fleiß wird weiter an der Fortentwicklung und Verbesserung des neuen gruppenweiten Datenbanksystems gearbeitet. Die Kapazitäten im Printbereich werden erweitert: Im Rollenoffset ergänzt eine neue RotoMAN S 48-Seiten-Presse in Weert den Maschinenpark; der Schwesterbetrieb Senefelder Misset in Doetinchem stockt seine Kapazität in Kürze mit einer neuen 16-Seiten-Maschine auf. Und mit Hochdruck schreitet der Aufbau der neuen Tiefdruckrotation in Deventer voran. Damit im kommenden Jahr planmäßig die ersten Produkte von der Maschine laufen können.

## COLUMN

*Liebe Leserinnen und Leser,*

*nun ist der Sommer beinahe wieder zu Ende.*

*Sicher konnten die meisten von Ihnen Ihren wohlverdienten Urlaub genießen, sich ein paar Wochen einfach entspannt zurücklehnen und neue Kraft schöpfen.*

*Denn ehe man sich versieht, hat einen der Alltag wieder. Die Planungsphase für das kommende Jahr ist in vollem Gange.*

*Auch wir bei Roto Smeets Deutschland sind bereits gefangen von neuen Projekten, Kalkulationen, Optimalisierungen und Entwicklungen - immer im Einsatz für Sie, unsere Kunden.*

*Denn wir verfolgen ehrgeizig das Ziel, Ihre Wertschöpfung zu steigern, Ihnen eine in sich stimmige und komplette Dienstleistung für Ihren Kommunikationsprozess anzubieten.*

*Darum freuen wir uns stets wieder auf die konstruktiven Gespräche mit Ihnen.*

*Eine anregende Kurzweil bei der Lektüre dieser Ausgabe wünscht Ihnen Ihr*



**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](http://www.rotosmeets.com)**



*Klaus Hageresch,  
Geschäftsführer  
Roto Smeets Deutschland*