



ROTOdate

NEWSLETTER VON ROTO SMEETS

NR. 9 - SEPTEMBER 2006

Lassen Sie sich
inspirieren!

Lassen Sie sich inspirieren!

Jede Ausgabe dieses Infobriefs „Rotodate“ wird auf einem anderen Format gedruckt, um Sie anzuregen und Ihnen die jeweiligen Vorteile zu erläutern. Diesmal legen wir für Sie einfach ein Muster bei, damit Sie die neuen Falzmöglichkeiten des Jumbo-Formats kennen lernen können.

Auffallende Prospekte

Drucksachen müssen auffallen. Roto Smeets in Etten-Leur baute einen Falztrichter an eine Druckmaschine an. Damit lassen sich Prospekte mit einem Seitenformat bis zu 480 x 640 mm unmittelbar in drei Zügen auf ein Format von etwa A4 falzen.

An eine 196-cm-Druckmaschine haben Techniker in Etten-Leur einen Falztrichter angebaut, wodurch die Möglichkeit entsteht, auf der Maschine einen zusätzlichen Falz herzustellen. Dadurch ist es jetzt möglich, auf der Maschine zeitungstypische Produkte im Format A2-plus in drei Zügen bis auf etwa A4-Format zu falzen.



Hans Falk, SPS-Mitarbeiter bei Roto Smeets: „Das große Format ist anders und hat dadurch einen höheren Aufmerksamkeitswert. Wir erwarten, dass sich Verbraucher davon angesprochen fühlen.“ In Europa stehen immer breitere Druckmaschinen, die auch sehr stark ausgelastet sind. Breiten von mehr als drei

Metern mit 55.000 Exemplaren pro Stunde sind nichts Besonderes mehr. Die andere Seite der Medaille ist, dass es bei diesen Breiten keine Maschinen gibt, die im 2 u. 3 Bruch falzen können, weil das für eine zu große Verzögerung sorgen würde.

Wir haben das jetzt umgesetzt, indem wir diesen Falztrichter an die Maschine angebaut haben. Sie läuft bei einer Breite von 196 cm noch immer mit einer respektablem Geschwindigkeit von 30.000 Umdrehungen. Weil wir intelligent mit bestehender Technik umgehen, bieten wir Kunden neue Möglichkeiten für auffallende Kommunikation.“

Problemlos Jumbo-Format bis A2-plus falzen

ist Falztrichter auf der 196-cm-Maschine in Etten-Leur kann Seitenformate von mindestens 150 x 210 mm bis maximal zum Jumbo-Format von 480 x 640 mm falzen. Letzteres kommt dann gefalzt mit dem Maximalformat 240 x 320 mm aus der Maschine.



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 Belgium

Prospekt von Format

Think big. Sie als Unternehmer kennen diesen Slogan wahrscheinlich gut. Nie in zu engen Grenzen denken, das hemmt jedes gesunde unternehmerische Denken. Übrigens bedeutet Think big nicht, dass wir nur in großen Auflagen denken, aber wir denken gerne im großen Stil mit unseren Kunden mit. Ein Beispiel dieses Denkens zeigt sich bei dem besonderen Einzelhandelsprospekt, der diesem Rotodate beiliegt. Ein auffallender Prospekt, der wirklich ein Symbol für Roto Smeets ist, denn er reicht von klein bis supergroß, damit Sie angepasst und wandlungsfähig auf jedes aktuelle Ereignis und jede Marktbewegung reagieren können. Es handelt sich um einen vielseitigen Aktionsprospekt, mit dem Sie in Bezug auf die Aufmerksamkeit von Verbrauchern, Kundenstrom und Umsatztempo hervorragend abschneiden. Mit diesem neuen Format sagen Sie eigentlich: Ich habe den Mut, einen anderen Ansatz zu wählen. Es handelt sich um ein Produkt, mit dem Roto Smeets wieder beweist, dass wir gerne mit Ihnen als Unternehmer mitdenken und wir flexibel wie kein zweiter Drucker sind. Und nicht nur in der Form dieses Prospekts! Wir beraten Sie auch gerne im Hinblick auf effiziente und fehlerlose Arbeitsabläufe (WorkWizz) sowie einen günstigen und rechtzeitigen (!) Einkauf des besten Papiers. Think big, think Roto Smeets.



René van Werkhoven
(Geschäftsführer
Roto Smeets)

Ilva will die optimale Atmosphäre im Druck

Mikael Bo: „Für uns ist ein perfektes Farbmanagementsystem entscheidend für eine problemlose Produktion.“

„BEVOR KUNDEN IN EINES UNSERER FÜNF ILVA-MÖBELHÄUSER KOMMEN, MÜSSEN WIR SIE ÜBERZEUGEN. UNSERE KATALOGE SIND EIN WICHTIGES MARKETINGTOOL, IN DEM WIR KUNDEN INFORMIEREN UND IHNEN UNSERE AKTUELLSTEN KOLLEKTIONEN ZEIGEN.“

Mikael Bo ist mehr als nur ein Fotograf, der schöne Aufnahmen der Möbel macht, die Ilva verkaufen will. Zusammen mit einem sehr kleinen Team aus nur sechs Leuten produziert er jährlich zehn kleine und zwei große Kataloge. Das Team macht alles selbst: Fotografie, Gestaltung und Druckvorbereitung.

Die Ilva-Kataloge werden in drei Sprachen veröffentlicht. Die Gesamtauflage jedes Katalogs beträgt etwa 2,7 Millionen. Der Umfang schwankt, aber das Format ist immer 23 x 28 cm mit geleimtem Rücken.

Für Aufnahmen der beiden großen Kataloge im Frühjahr und Herbst reist ein kleines Team zu attraktiven Locations. „Manchmal fragen uns Kunden, wo wir die Aufnahmen gemacht haben, weil sie ihre Flitterwochen am selben Traumziel mit diesem intensiv blauen Himmel machen wollen“, sagt Pernille Stokholm. Sie ist Mitglied der kleinen Taskforce, die für die Produktion des Katalogs verantwortlich ist.

Wir wollen das perfekte Ergebnis

Die Produktion jeder Ausgabe beginnt, wenn der Chefdesigner die Trendsheets präsentiert. Die ersten Produkte kommen an. Ein Layout wird entworfen, Packshots werden angeliefert, Preise festgelegt und Texte geschrieben. Ein großer Katalog dauert von Anfang bis Ende ein halbes Jahr.

Mikael Bo: „Als Fotograf weiß ich, wie wichtig Farben für die richtige Atmosphäre sind. Für uns ist ein perfektes Farbmanagementsystem entscheidend für eine problemlose Produktion. Wir wollen uns auf die Produkte und das Layout konzentrieren. Wir müssen sicher sein, dass die Farben im Druck denen entsprechen, die wir anfangs im Kopf hatten. Es muss einfach perfekt sein.“

Für jede Seite braucht das Ilva-Team acht bis zwölf



Proofs; der eigene Epson-Proofdrucker verwendet die Farbprofile, die auf der Webseite von Roto Smeets zur Verfügung stehen. Es arbeitet auch mit WorkWizz, um einen möglichst guten Überblick über die Planung des Produktionsprozesses zu behalten. Ilva arbeitet mit einem RGB-Arbeitsablauf. Die definitiven Druckunterlagen werden in CMYK-PDFs umgewandelt. Von diesen Dateien erstellt Roto Smeets in den niederländischen Orten Weert oder Etten Leur nochmals Andrucke.

Hervorragende Druckqualität

Aufgrund der hohen Auflage druckt Ilva seine Kataloge im Tiefdruck. „Früher wurde ein Teil im Offset-Verfahren gedruckt. Wir sind mit den Tiefdruckergebnissen zufrieden. Die Druckqualität muss hervorragend sein. Wir arbeiten mit einem Team, das sehr anspruchsvoll und kritisch ist. Wir wollen Papier mit hoher Opazität, das sich nicht wellt und fest ist. Zugleich dürfen die Kataloge nicht

Ilva: hochwertige Möbel

Ilva ist ein schnell wachsender Einzelhändler, der in den Fünfzigerjahren in Dänemark gegründet wurde. Das Unternehmen verkauft hochwertige Möbel zu fairen Preisen. Alle Häuser sind bekannt für ihre luxuriöse, moderne Atmosphäre. Neben den drei Häusern in Dänemark und einem in Schweden ging Ilva vor kurzem mit seinem erfolgreichen Konzept nach Großbritannien und eröffnete dort drei neue Häuser. Ilva will schnell wachsen, vor allem bei den Briten.

zu schwer werden, sonst wird der Versand an die Haushalte zu teuer.

Wir sind kritisch, weil unsere Kunden kritisch sind. Wenn sie sich zu Hause für einen Stuhl entscheiden und die Farben im Möbelhaus anders ausfallen als im Katalog, dann gibt es Probleme. Ich muss sagen, die Zusammenarbeit zwischen unserem Team und Roto Smeets ist ausgezeichnet. Alle nötigen Techniken wie die Farbprofile sind vorhanden. Wir arbeiten mit einem kleinen Team, darum können wir keine Zeit verschwenden. Unsere Kataloge sind entscheidend für unser Geschäft. Unser Druckpartner weiß das und handelt entsprechend.“

Auf der Suche nach dem perfekten Partner

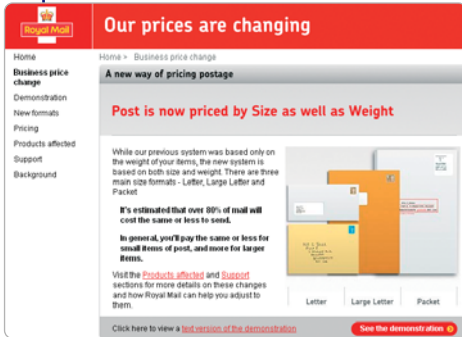
Die einzige Möglichkeit, komplexe hochwertige Kataloge wie Ilva nur mit einem kleinen Team zu produzieren, ist in enger Zusammenarbeit mit einem Drucker. Der Drucker muss immer genau wissen, was die Kunden wollen, muss flexibel sein und immer nach besseren Lösungen suchen, um noch intelligenter zu arbeiten. Er kann auch Themen wie Postversandkosten oder andere Logistikprobleme lösen. Eine perfekte Partnerschaft zwischen einer kleinen Taskforce und einem erfahrenen und fähigen Drucker sorgt für beste Ergebnisse.



(FALLSTUDIE)

Neues Postsystem in Großbritannien: Größe zählt

PROPORTIONALE PREISE SIND KERN EINES NEUEN PREISSYSTEMS, DAS SOWOHL GEWICHT ALS AUCH GRÖSSE VON SENDUNGEN BERÜCKSICHTIGT. DER GRUND IST, DASS GRÖSSE EIN ENTSCHIEDENDER KOSTENFAKTOR BEI HANDLING UND AUSLIEFERUNG VON POSTSTÜCKEN IST, SAGT DIE ROYAL MAIL IN GROSSBRITANNIEN.



Die proportionale Preisgestaltung gilt seit dem 21. August. John Petty, Managing Director der Drucklogistikfirma JPS Ltd. erläutert: „Kunden, die gedrucktes Material kaufen, verstehen oftmals nicht, welche Auswirkung Größe und Gewicht auf die Kosten des Postversands haben. Jetzt führt die britische Post ein neues Element

ein, bei dem die Größe eine Rolle spielt. Wenn Sie beispielsweise Broschüren im Briefformat 240 x 165 mm drucken, sollten diese nicht mehr als 100 g wiegen. Ein Gramm mehr und Sie zahlen weitere 70 Pfund (103 Euro) pro Tausend. Ein Millimeter über dem Standard (Länge oder Breite) wirkt sich mit 28 Pfund (41 Euro) pro Tausend aus.“

Die Royal Mail muss sich dem Wettbewerb auf ihrem Heimatmarkt stellen, sagt Petty. Deshalb investiert der frühere Monopolist viel in

Automatisierung für die Bearbeitung von Massensendungen. Teil dieser relativ günstigen Sendungen sind auch Mailings oder Broschüren unter 100 g und kleiner als die erwähnte Größe.

Auch eine Chance

„Die gute Nachricht ist, dass Sie, wenn Sie diese Grenzen erst einmal überschritten haben, Ihre Drucksachen ohne zusätzliche Kosten für Porto viel schwerer – bis zu insgesamt 250 g – und größer machen können. Hier liegt also auch eine Chance für Einzelhändler und Herausgeber.“

Laut John Petty gehört Großbritannien keineswegs zu den ersten Ländern, die Größe und Gewicht zur Portoberechnung heranziehen. „Mehr als 20 Länder machten das schon früher so. Unsere Kunden wissen, wie wichtig es ist, in einem frühen Stadium einer Produktion die Gesamtkosten zu berechnen. Falls sie es nicht wissen, dann sagen wir es ihnen gerne.“

Verschiebung der Gewinnschwelle

Ein interessanter Nebeneffekt der neuen Preisgestaltung bei der Royal Mail ist, dass der Druck des günstigen Formats 240 x 165 mm im Rollenoffset ziemlich ineffizient ist. Dafür wird Tiefdruck interessanter. Unter anderem aufgrund der veränderten Portokosten verschiebt sich der Break Even zwischen Offset- und Tiefdruck von 500.000 Exemplaren auf 200.000 Exemplare, sagt John Petty.

(PAPIER)

Papierpreis sucht neues Gleichgewicht

DIE PAPIERNACHFRAGE IN EUROPA IST DIESES JAHR LEICHT GESTIEGEN. ZUGLEICH WOLLEN PAPIERHERSTELLER IHRE PRODUKTIONS-KAPAZITÄT VERMINDERN. DIE FOLGE LIEGT LAUT DEM PAPIEREXPERTEN BERT VAN DRIE AUF DER HAND: AUFWÄRTSTREND BEIM PREIS.

Vor allem der Handel investiert noch intensiv in mehr Prospekte, weiß Bert van Drie. „Deshalb gibt es in ganz Europa eine hohe Nachfrage nach Zeitungspapier. Wenn Sie jetzt eine zusätzliche Aktion planen, wird es schwieriger, einige Dutzend Tonnen Papier zusätzlich zu kaufen. Dasselbe gilt für verbessertes Zeitungspapier. Die große Nachfrage von Einzelhändlern nach Zeitungspapier sorgt dafür, dass Papierhersteller nach Innovationen bei diesem Papier suchen, auch für den Tiefdruck.“

LWC- und SC-Papier ist auf dem europäischen Markt relativ schnell erhältlich, obwohl verschiedene Fabriken ihre Produktionskapazität für gestrichene Papiere dieses Jahr bereits um 780.000 Tonnen gesenkt haben. Durch Verbesserung und Erneuerung des Maschinenparks kamen allerdings um die 180.000 Tonnen dazu. „Daraus folgt, dass netto 600.000 Tonnen weniger produziert werden können, und das hat Folgen.“

Zellstoff beträchtlich teurer

In den USA und in Kanada ist eine ähnliche Rationalisierung der Produktion in vollem Gang. Die sanierte Produktionskapazität für gängiges



Papier beläuft sich auf nicht weniger als zwei Millionen Tonnen.

Bert van Drie: „Traditionsgemäß laufen die Verträge mit den Papierlieferanten bis zum Ende des dritten Quartals. Wir stehen daher gerade vor neuen Vertragsverhandlungen. Persönlich vermute ich, dass die Hersteller versuchen werden, die stark gestiegenen Energiepreise zu kompensieren. Dazu kommt, dass der Zellstoffpreis explodiert ist.“

Es ist hauptsächlich der Handel, der für eine besonders hohe Auslastung der Druckmaschinen sorgt. Herausgeber von Zeitschriften versuchen es weniger mit Auflagenerhöhungen als mit der Neugestaltung ihrer Blätter und der Aufwertung ihres Papiers, z. B. von SC auf LWC. Eine bessere Papierqualität ist sowohl für Abonnenten als auch für Anzeigenkunden eine gute Nachricht.

Praxis macht Prospekte fehlerlos und schnell

PRAXIS IST EINE BAUMARKTKETTE MIT RUND 130 NIEDERLASSUNGEN ÜBERALL IN DEN NIEDERLANDEN. SIE BIETET EIN UMFANGREICHES PROGRAMM FÜR ERFAHRENE UND BEGINNENDE HEIMWERKER. DAS INTERNEHMEN STEUERT DEN ARBEITSABLAUF MIT WORKWIZZ. DIE FOLGE IST EINE FEHLERLOSE, SCHNELLE PRODUKTION.

Praxis ist Trendsetter in der Heimwerkerbranche. Planung, Vorbereitung und Produktion der verschiedenen Werbeprospekte sind ein komplexer Prozess, der viel Zeit erfordert.

Wie geht Praxis vor?

Der jährliche Werbeplan bestimmt die Prospektplanung. Jede Produktgruppe des Sortiments erhält darin Platz und es werden Grundraster angelegt. Muster und Bildmaterial müssen angefordert werden. Bis vor kurzem wurden sie in einer externen Bilddatenbank archiviert. Auch die Lieferanten schicken Bilder.

Bei jedem Artikel muss stets für korrekte und aktuelle Textinformation gesorgt werden. Die Prospekte werden zusammengestellt und das definitive Raster wird festgelegt. Nach der Reinzeichnung erfolgt die Anlage druckfertiger PDFs, die nach Kontrolle und

Weniger Fehler dank Workwizz

Druckfreigabe an die Druckerei gehen. Alles in allem ein komplizierter Ablauf, auch weil mit verschiedenen Systemen gearbeitet wird, die nicht miteinander verbunden sind. Ein zeitraubender Prozess, bei dem viele Fehler auftreten und Termine in Gefahr kommen können.

Die Lösung

Eine Lösung der Probleme ist die Online-Anwendung WorkWizz. Sie verkürzt die Durchlaufzeiten ansehnlich und verschafft einen Überblick über den Status und Fortschritt von Veröffentlichungen. Außerdem können viel weniger Fehler gemacht werden.

Wie funktioniert das?

Logic Use, eine Tochtergesellschaft von RSDB entwickelte und programmierte für Praxis eine Online-Lösung, mit der Praxis den gesamten Produktionsprozess vom ersten Schritt eines Prospekts bis zur Übergabe der druckfertigen PDFs an die Druckerei managen und steuern kann. Die bestehende Bilddatenbank und alle Artikel- und Prospektdateien wurden in WorkWizz integriert. Praxis verwaltet jetzt sein gesamtes Bildmaterial selbst. Die Gestaltung der Prospekte ist bis ins Letzte automatisiert, bis hin zum Export von Bildern und Texten in das Layoutprogramm InDesign.



Was ist das Resultat?

Doppelte Arbeit und Kommunikationsfehler werden vermieden. Der Ablauf ist übersichtlicher geworden. Die Flexibilität hat sich erhöht und die Durchlaufzeiten wurden beträchtlich verkürzt.

Bildverwaltung mit WorkWizzmager

WorkWizzmager verwaltet das Bildmaterial für die verschiedenen Prospektproduktionen.

Wo liegen die Vorteile für Praxis?

- Direkter Online-Zugang zum gesamten Bildmaterial in eigener Regie
- Kontrolle des kompletten Ablaufs bei Bildern
- Stark verbesserte Bildverwaltung, bessere Übersichtlichkeit, weniger suchen

Kontrolle und schnelleres Arbeiten

WorkWizzPublisher steuert die Produktion der Prospekte von Praxis vom Beginn bis hin zu den druckfertigen PDFs. Wodurch zeichnet sich dieser Arbeitsablauf aus?

- Online-Übersicht über den Status der Arbeiten
- Automatisierter Prospektproduktionsprozess
- Perfekte Kontrollmöglichkeiten (Softproofing)
- Keine Investitionen in Hard- und Software erforderlich
- Deutlicher Zeitgewinn

Datenbank in der Hand von Spezialisten

PIETER DAALMAN IST KOMMUNIKATIONSLEITER BEI PRAXIS. DIESER EINZELHÄNDLER VERWENDET WORKWIZZ FÜR DIE PRODUKTION VON 6,2 MILLIONEN STREUPROSPEKTEN. WAS SIND DIE ERFAHRUNGEN?

Die Kommunikationsabteilung von Praxis umfasst elf Mitarbeiter. Sie sind für alle Marketing- und Werbemaßnahmen in gedruckter Form, in Radio, Fernsehen und Internet verantwortlich. Dutzende Male pro Jahr verteilt Praxis Aktionsbroschüren in einer Auflage von 6,2 Millionen Stück an niederländische Haushalte. Bei der Produktion verwendet Praxis WorkWizz.

Pieter Daalman: „Wir streben an, Änderungen bis zum allerletzten Augenblick zu ermöglichen.“

Pieter Daalman: „Zusammen mit LogicUse haben wir etwa ein Jahr an dem Projekt gearbeitet. Davor speicherte unsere Werbeagentur unsere Fotos in einer Datenbank, aber nach meinem Geschmack waren wir zu abhängig von ihr. Das war auch keine Kernaktivität für sie. Außerdem waren Text und Bild nicht aneinander gekoppelt – schwierig, wenn es um einige zehntausend Bilder geht.“

Liste für Fotomuster

Die Wünsche von Pieter Daalman und seinem Team gingen weit über das hinaus, was zu diesem Zeitpunkt technisch machbar war. Doch den Technikern glückte es, eine Lösung zu finden: „Wir haben eine komplett neue Datenbank aufgebaut. Text und Bild sind jetzt aneinander gekoppelt. Außerdem wird in den Fällen, in denen wir zwar Texte, aber keine Aufnahmen haben, automatisch eine Liste für Fotomuster erzeugt. Im Durchschnitt enthält jede Ausgabe rund 140 Artikel. Eine komplette Übersicht ist daher unentbehrlich. Wir streben an, Änderungen bis zum allerletzten Augenblick zu ermöglichen.“

Die Verkürzung der Durchlaufzeiten war einer der wichtigsten Gründe für das Projekt. „Wir wollen schnell auf Marktnachfrage reagieren können und die Kosten sollen uns nicht davonlaufen.“

Die Vereinbarungen zwischen Praxis und LogicUse sind in einem Service Level Agreement festgehalten. „Jeder kennt seine Rechte und Pflichten genau. Wir befinden uns jetzt in der Phase der Feinabstimmung. Die Koordination zwischen allen Lieferanten, zum Beispiel Werbeagenturen, Fotografen und der Druckerei, ist deutlich einfacher geworden. Unsere Datenbank wird jetzt von Spezialisten betreut, die mit der aktuellsten Technik arbeiten. Das ist ein beruhigender Gedanke für mich.“

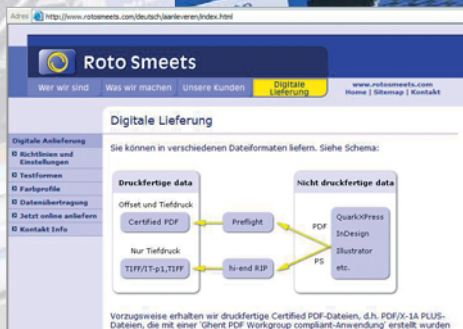
Verbesserte Online-Anlieferung

BEREITS SEIT VIELEN JAHREN LIEFERN KUNDEN PDF-DATENBESTÄNDE ÜBER DIE ROTO-SMEETS-WEBSEITE AN. NEUE ENTWICKLUNGEN MACHEN ES MÖGLICH, DIESE DIENSTLEISTUNG WEITER ZU VERBESSERN.

Derzeit wird hart an einer Aktualisierung gearbeitet, die Online-Anlieferungen benutzerfreundlicher macht. Außerdem wird bei allen angelieferten Druckunterlagen eine zusätzliche Kontrolle (ein so genannter „Pre-flight-Check“) innerhalb von 24 Stunden nach ihrem Eintreffen ausgeführt. Im September finden die letzten Tests statt und ab Oktober läuft die neue Anwendung im Normalbetrieb.

Wichtigste Vorteile

- Kunden können zur Kontrolle mehrere Seiten auswählen und in einem Zug ausdrucken.
- Bei der Anlieferung über den FTP-Server erhält der Absender eine E-Mail mit Empfangsbestätigung.
- Druckereien können Daten auf der Webseite bereitstellen, die der Kunde später herunterladen kann.
- Jede PDF-Datei, die nicht in Ordnung oder vollständig („certified“) ist, wird unmittelbar nach Empfang einem vollautomatischen Pre-flight-Check unterworfen.
- Eventuelle Fehler werden direkt dem Ordermanager gemeldet, der mit dem Zulieferer Verbindung aufnehmen kann. So werden mögliche Fehler viel schneller entdeckt und behoben.



COLUMN

Liebe Leserinnen und Leser,

nun ist der Sommer - beinahe - wieder zu Ende. Die Temperaturen sind entsprechend gesunken. Die Fußball-WM krönte nach vier Wochen ausgelassener Stimmung und eindrucksvoller Atmosphäre einen glücklichen Weltmeister. Eine tolle Party. Nun heißt der Fußball-Alltag wieder Bundesliga und das nächste Ziel: Europameisterschaft. Der Sommer- bzw. Jahresurlaub gerät für die meisten schon - fast - wieder in Vergessenheit. Die Tage werden kürzer ... und eh' man sich versieht steht Weihnachten wieder vor der Tür!!

Auch bei Ihnen im Unternehmen sind die Planungen für das kommende Jahr sicherlich schon in vollem Gange. Neue Projekte, Ideen und Strategien, geänderte Strukturen und überarbeitete Abläufe bestimmen das Tagesbild. Für die Umsetzung Ihrer Marketing-ideen und -konzepte zur Steigerung Ihres Werbeerfolges bleiben wir gerne auch zukünftig Ihr Partner für den kompletten Dienstleistungs- und Kommunikationsprozess. Sie erhalten den gesamten Service rund um den Druck: schnell, effizient und zuverlässig. Von der Beratung bei der Papierwahl über Responseverarbeitung, Planung, Druck, Verarbeitung, Vertriebsvorbereitung bis hin zur Distribution und Logistik. Nutzen Sie unsere Stärke.

Für weitere Informationen rufen Sie uns einfach an.

Sicherlich finden Sie auch wieder einige interessante Anregungen in dieser Ausgabe.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre.



Klaus Hageresch, Geschäftsführer Roto Smeets Deutschland



ROTO SMEETS DEUTSCHLAND GMBH
 Paulusstraße 1, 33602 Bielefeld
 Tel.: 0521 / 966 663,
 Fax: 0521 / 6 32 38
 E-Mail: rs.germany@rotosmeets.com
 Besuchen Sie auch unsere Webseite
 www.rotosmeets.com