



5,5 MILLIONEN BEILAGEN PRO TAG

Die Direktwerbung Bayern hat auf die maschinelle Kommissionierung der Prospekte umgestellt. Seite 24



WAS IST IHRE WEBSITE WERT?

Ob Druckerei oder nicht – ein Internet-Portal reicht nicht mehr aus. Es muss auch nutzbringend sein. Seite 35



MANGELHAFT PRÄGUNG

Wer haftet? In unserer Gutachter-Serie stellt der Autor einen neuen spannenden Fall vor. Seite 26

Deutscher Drucker

VORSTUFE · CROSS MEDIA · DRUCK · WEITERVERARBEITUNG

27. Oktober 2011 · Nr. 32 · 47. Jahr

2011
PrintCongress
von Deutscher Drucker Verlag & GC Graphic Consult

Was Kunden wollen und Drucker leisten!

Printprodukte erfolgreich verkaufen
am 10. November 2011 in Stuttgart

- Bekannte Keynote-Speaker
- Spannende Diskussionen
- PrintStars-Ausstellung
- Stimmungsvolle PrintNight
- TableTop-Präsentationen

mit den
100 BESTEN
Druckprodukten
zum Anfassen

Jetzt online anmelden unter
www.printcongress.de

Zeitungsdrukmaschinen Immer neue Varianten



Die Zeitungstechnik-Fachmesse Ifra Expo brachte dieses Mal eine Reihe von neuen Druckmaschinenvarianten. So ergänzte KBA seine „Compact“-Plattform, zu der die Wasserlos-Rotation Cortina und die Nassoffset-Maschine Commander CT gehören, mit der Commander CL. Präsentiert wurden auch auf der Cortina inline lackierte Zeitungserzeugnisse. Manroland stellte die Colorman E-Line vor und Goss die Colorliner CPS. Seite 19

Versandhandel Bei den Kunden Flagge zeigen



Der Versandhandelskongress und die angeschlossene Messe Mail Order World zogen an drei Tagen rund 6200 Besucher in die Rhein-Main-Hallen in Wiesbaden. Obwohl Druckprodukte nicht mehr im Vordergrund stehen, hielten ein gutes Dutzend Druckdienstleister die Flagge hoch. Ziel und Art des Messeauftritts waren dabei sehr unterschiedlich. Seite 10

www.print.de

Join us now!
DD & print.de
auf Facebook



Versandhandel

Bei den Kunden Flagge zeigen



■ Der Versandhandelskongress und die angeschlossene Messe Mail Order World zogen an drei Tagen rund 6200 Besucher in die Rhein-Main-Hallen in Wiesbaden. Obwohl Druckprodukte nicht mehr im Vordergrund stehen, hielten ein gutes Dutzend Druckdienstleister die Flagge hoch. Ziel und Art des Messeauftritts waren dabei sehr unterschiedlich. **Seite 10**