



DRUCKMASCHINE AUF GRANITBASIS

Gallus will mit seiner neuesten Entwicklung Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit verbinden. Seite 14



HEIDELBERG: KIESSLING KOMMT

Für Dr. Jürgen Rautert rückt Marcel Kießling in den Vorstand des Druckmaschinenbauers auf. Seite 4



MODERNES ZEITUNGSDESIGN

Die besten redaktionellen Inhalte bringen nichts, wenn das Layout nicht stimmt. Seite 20

Deutscher Drucker

VORSTUFE · CROSS MEDIA · DRUCK · WEITERVERARBEITUNG

3. Dezember 2009 · Nr. 40 · 45. Jahr

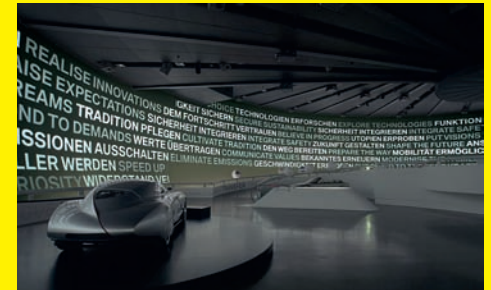


Schwerpunkt-Thema Rollendruck Automatisierung nach Maß



■ Körner Rotationsdruck hat sein Konzept einer automatischen Plattenauslage mit lückenloser Inline-CtP-Prozesskontrolle und Abgleich mit den Jobinformationen aus der Produktionssteuerung verwirklicht. Der Arbeitsablauf bedarf keiner manuellen Tätigkeiten mehr, ist von Fehlerquellen befreit, transparenter geworden und bietet somit mehr Produktionssicherheit. Seite 18

Produkte & Technik 25 Jahre Forum Typografie



■ 90 Jahre Bauhaus und 25 Jahre Forum Typografie – beim Bundestreffen an den Wirkungsstätten der Bauhauskünstler in Weimar gab es gleich zwei Jubiläen zu feiern. Unter anderem ging es um den Stellenwert von Schrift und Typografie am Bauhaus, um „Multidisziplinarität“ und das Analoge im Digitalen. Der Einfluss der Gestaltungsprinzipien des Bauhaus-Stils auf heutige Drucksachen wurde ebenfalls thematisiert. Seite 22

Städtemarketing bietet Chancen für Druckdienstleister

KOMMUNALE PARTNER ■ Immer mehr Städte nutzen die Chance, ins Licht der Öffentlichkeit zu treten, um Besucher, Investoren und Einwohner anzulocken. Ein Großteil des Städtemarketings wird über Printkommunikation abgedeckt.

■ In vielen Städten wird derzeit intensiv daran gearbeitet, die Werbung und die externe Kommunikation zu verbessern – der Standortwettbewerb der Kommunen untereinander ist in vollem Gange. Wer sich potenziellen Einwohnern, Touristen, Einkaufskunden, Unternehmen und Investoren gegenüber attraktiv darstellen möchte, muss sich mit ausgefeilten Kommunikationskonzepten von der Konkurrenz abheben. Selbst kleinere Kommunen sind mittlerweile recht aktiv. Für Druckdienstleister bietet sich hier die Möglichkeit, mit überzeugenden Konzepten und Druckprodukten zu punkten.

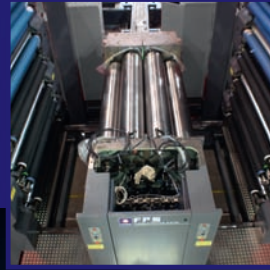
Grob gesagt, lässt sich das Städtemarketing in vier Bereiche aufteilen: Das Verwaltungsmarketing zielt vor allem auf die Einwohner der Stadt ab und versucht, Dienstleistungen und Image zu verbessern. Das Standortmarketing wendet sich an Unternehmen und Investoren, um neue Betriebe zu gewinnen. Das Citymarketing versucht das Zentrum der Stadt zum Beispiel mit besseren Einkaufsmöglichkeiten attraktiver zu machen. Das Tourismusmarketing trägt dazu bei, die Zahl der touristisch orientierten Besucher und deren Verweildauer sowie Übernachtungen zu steigern. Wenn man sich allein vergegen-

wärtigt, wie stark heute Weihnachtsmärkte beworben werden. In allen vier Disziplinen spielen in dem Medienmix Druckprodukte eine große Rolle. Deutscher Drucker zeigt Ihnen exemplarisch ab Seite 12, welche Printprodukte von den kommunalen Printbuyern nachgefragt werden. Ob Bierdeckel, Broschüren, Tragetaschen, Plakate oder Zeitungsbeilagen – das Anforderungsprofil ist breit angelegt. Crossmedial orientierten Druckdienstleistern bieten sich weitere Möglichkeiten, da kaum eine Kommune auf Onlinemedien verzichtet. Größere Städte setzen in ihrer Kommunikation auch auf audiovisuelle Medien.

www.publish.de

➔ **Wer liefert was?**
Einkaufsquellen von A - Z
ab Seite 28

Innovation - die Seele eines gesunden Unternehmens



Zukunftsweisende Ideen entwickeln sich schneller zum Erfolg, wenn sie sich auf vielseitige, wirtschaftliche, effiziente und solide Technologien stützen können.

GOSS | INTERNATIONAL

New Ways for **Print**

www.gossinternational.com