

Aktive Partnerschaft nötig

KOSTENSTEUERUNG IM EINKAUF (2) ■ Um im Einkauf von Druckereien neue Strukturen zu schaffen, müssen vernetztes Denken und die Bereitschaft zum Verhandeln auf Augenhöhe Einzug halten. Aber wie schafft man das? In dem man versucht, die Anbieter zu verstehen und ihnen optimierte Bedingungen für ihre Lieferangebote zu schaffen.

■ Lieferanten bieten Preise nicht nur für Produkte beziehungsweise Dienstleistungen, sondern auch für Service und Qualität. Der Kunde, der durch seine eigenen Unzulänglichkeiten (lange Wartezeit im Wareneingang, kurzfristige und zahlreiche Bestellungen, kleine Mengen, hohen Betreuungsaufwand durch den Lieferanten-Außen- oder -Innendienst, späteres Abrufen der Ware als vereinbart und dadurch Blockieren der Lagerfläche des Lieferanten) den Lieferanten bei der Erreichung seiner eigenen Ziele behindert, wird dies in Form von steigenden Preisen und Aufschlägen als Quittung für sein kurzfristig gedachtes unprofessionelles Handeln bekommen. Zu

ferant lechzt nach solchen Kunden als Umsatzbringer, Referenz sowie Sparringspartner für seine Entwicklungsziele. Er wird eine neue Dimension der Betreuung anstreben, nämlich technische Beratung und Innovation. Win-win, reale Partnerschaft, gemeinsam die Endkunden immer besser verstehen und die passenden Produkte und Dienstleistungen anbieten.

NUTZLOSE KOSTEN VERMEIDEN. Getreu dem Motto „Erst vor der eigenen Tür kehren!“ ist eine Veränderung der bisherigen Vorgehensweise in der Beschaffung der Druckereiunternehmen und eine erfolgreiche wie grundlegende Verbesse-

Auf Basis der dann festgelegten Einkaufsstrategie wird aus den verschiedenen Quellen eine Preiszusammenstellung aus Lieferantenangeboten erstellt und Produktwissen aufgebaut. Mit oberflächlichem Wissen beschränkt sich die Tätigkeit des Einkäufers auf einen reinen Preisvergleich. Er muss so viel Fachwissen aufbauen, dass er ein qualifiziertes Gespräch mit Lieferanten führen kann. Vordergründlich geht es um die technischen Funktionalitäten: Was kann das Produkt zu welchem Preis? Sind diese Anforderungen notwendig für den Erfolg beim Endkunden? Da der Lieferant per Definition seine Produkte besser kennt als der Einkäufer, ist er grundsätzlich immer bereit, seine Kostenstruktur zu erläutern und auf Features zu verzichten, wenn er dadurch keine finanziellen Nachteile hat. Getreu dem Motto: Was ich nicht anbiete, muss ich selber nicht zahlen. Sehr oft kauft der Einkäufer überdimensionierte Produkte, weil er sicher sein will, dass er keinen Vorwurf aus der eigenen Organisation erfährt.

Nur so wird eine Vergleichbarkeit zwischen Angeboten zu erreichen sein. Nehmen wir als Beispiel Druckplatten. Der Preis pro qm ist die Spitze des Eisbergs! Zu berücksichtigen sind die Nebenkosten (Chemie) sowie die internen Kosten (Reinigungszeit, Entsorgung, Wasser-, Stromverbrauch). Auch die Leistung ist ein wichtiges Element: Ist die Lichtempfindlichkeit so und so, dann gehen x Platten pro Stunde durch oder durch Einbrennen ist eine x-fach höhere Auflage zu erzielen. Die Frage stellt sich dabei stets: Benötige ich eine solche Dimensionierung? Wenn die Antwort nein ist, dann sollte auf die Technologie verzichtet oder eine andere gewählt werden. Das Ganze muss im Vorfeld mit den Fachabteilungen, die über Erfahrungswerte aus der Vergangenheit verfügen, und der Geschäftsführung wegen der Vertriebsstrategie für die Zukunft geklärt werden.

Je klarer man weiß, was man will und braucht, umso zielführender und nutzbringender sind Lieferantenverhandlungen. Dabei werden alle kostspieligen Anforderungen kritisch hinterfragt und nur dann eingekauft, wenn sie wirklich benötigt werden. Sonst erfolgt ein Ersatz durch günstigere oder interne Lösungen oder gar eine ersatzlose Streichung. Aus einer transparenten Kostenstruktur werden im Rahmen von Verhandlungen und Workshops Maßnahmen erarbeitet, die für den Kunden Preisvorteile, für Lieferanten Kostenvorteile und somit Einsparungen bieten, an denen beide anteilig profitieren. Alle Kostenpositionen (zum Beispiel bei der Materialgruppe Papier sind das Material, Logistik, Lager und



Durch vorausschauende Planung des Einkaufs sind Lieferantenverhandlungen zielführend und nutzbringend.

den Ärgernissen auf der Lieferantenseite gehören auch zu späte Zahlung der Rechnungen, ungeeignete Lagerungsbedingungen, ungenügende Wartung der Maschinen, schlechte Maschinenbedienung – kurz, alles was dazu führt, dass die positiven Eigenschaften der gelieferten Produkte nicht zur Geltung kommen.

Im Gegenzug wird sich ein Lieferant um den Kunden bemühen, der effiziente Prozesse, eine unkomplizierte Verwaltung, einfache Abläufe und eine Planbarkeit vorweist. Nur dort wird er optimale Preise anbieten, weil der Betreuungsaufwand bekannt niedriger ist, seine Produkte am besten zur Geltung kommen. Der Kunde ist hier durch eine absolute Kundenorientierung, durch Innovation bei Produkten und Services gekennzeichnet. So ist der Lieferant gemeinsam mit dem Kunden erfolgreich und hat die Möglichkeit, sich mit potenziell neuen Kunden zu beschäftigen. Dies ist reine Erfolgsorientierung: Der Lie-

ferant lechzt nach solchen Kunden als Umsatzbringer, Referenz sowie Sparringspartner für seine Entwicklungsziele. Er wird eine neue Dimension der Betreuung anstreben, nämlich technische Beratung und Innovation. Win-win, reale Partnerschaft, gemeinsam die Endkunden immer besser verstehen und die passenden Produkte und Dienstleistungen anbieten.

1. Schaffung von Einkaufspreisvorteilen,
2. Erfüllung der Anforderungen des Endkunden (dies ist derjenige, der das Produkt am Ende verwendet),
3. Effizienzsteigerung durch Vereinfachung und Automatisierung der eigenen Prozesse,
4. Finanzielle Würdigung durch Endkunden.

SENKEN SIE KOSTEN, NICHT IHR POTENZIAL!

Wie schöpfe ich das Einsparpotenzial im Einkauf aus, unter Beibehaltung des gewohnten Niveaus an Qualität und Service? Die Lösung ist einfach: Anhand einer Analyse der Kostenstruktur jeder einzelnen Materialgruppe werden die individuellen Kostentreiber sowie Möglichkeiten zu Kosteneinsparungen identifiziert.

Lagergemeinkosten, Fracht, Verpackung) werden untersucht und unnötige Kosten oder vom Endkunden nicht gewürdigte Kosten abgeschafft.

FAZIT: Zusammengefasst kann man festhalten, dass der Schlüssel zum Erfolg im Commitment der Teilnehmer und in einem professionellen Ausschreibungsmanagement liegt. Dies bedingt auch, dass die Unternehmensleitung sich klar dazu bekennt, die notwendigen Strukturen zu schaffen und für die Qualifikation – etwa durch Schulungen – des eigenen Personals sorgt.

Je nach Unternehmensgröße sollten die Unternehmen der Druckindustrie das Thema Einkauf als Projekt begreifen. Bei einem solchen Projekt wird ein Maßnahmenplan entwickelt, der die notwendigen Aktivitäten und Kosteneffekte mit Umsetzungsterminen aufzeigt. Die Einkaufspreisverbesserung für Kunden erfolgt mit der abgeschlossenen Umsetzung. Sollte das Know-how im Unternehmen nicht vorhanden sein, so empfiehlt sich, die Aktivitäten von Beratern oder Coaches begleiten zu lassen, die im Rahmen eines solchen Projektes gleichzeitig auch eine Fortbildung am Arbeitsplatz für die Funktionsträger in den Unternehmen durchführen können. Gleichzeitig sorgen externe Begleiter für den „Blick von Draußen“ und besitzen in der Regel Erfahrungen aus anderen Unternehmen und Branchen. Erfahrungen aus realisierten Projekten, die die Autorin in den zurückliegenden vier Jahren geleitet hat, zeigen, dass Einsparpotenziale von im Schnitt 25% über alle Kostenarten hinweg nachweislich und nachhaltig erzielt werden können. Aber auch mehr! Wenn die Druckereien dies mit einer Optimierung ihrer internen Prozesse verbunden haben. Der Aufwand lohnt also sehr und trägt zu einer dauerhaften und nachhaltigen Verbesserung des Unternehmensergebnisses um bis zu 15% bei. Was für viele Unternehmen deutlich mehr als den Unterschied zwischen einer „roten“ oder „schwarzen“ Null ausmacht.

Delphine Soulard

➔ Der 1. Teil des Beitrags erschien in DD 18/2013.



DIE AUTORIN

Die Dipl.-Kauffrau **Delphine A. Soulard** arbeitet seit 1995 für internationale Unternehmen im Projektgeschäft, anfangs überwiegend im Automotive-Bereich. Dabei liegt ihr

Schwerpunkt auf dem Prozessmanagement im Vertriebs- und Beschaffungsbereich.

Seit 2008 ist sie selbstständige Beraterin für Prozesse und den Einkaufsbereich. Zu ihren Kunden gehören neben Unternehmen wie die Volkswagen AG und verschiedene Unternehmen der Automotive-Zulieferindustrie auch verschiedene Unternehmen der Druckindustrie, für die sie Projekte, Coachings sowie Einzel- und Gruppenschulungen durchführt.

➔ www.soulard-partner.com

Stellenangebote



Die Unternehmensgruppe **WeirichMedien** ist eine der deutschen Top-Adressen im Wachstumsmarkt Handelswerbung – 100% Handelswerbung ist unsere Mission! An attraktiven Standorten in den Ruhr-Metropolen Essen und Duisburg produzieren mehr als 150 motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Handelswerbung von heute und entwickeln Konzepte für die Werbung von morgen. Alles aus einer Hand ist unser Leitmotiv – vom gedruckten Prospekt über die hochvernetzte iPhone App bis hin zur Internetkampagne bieten wir unseren Kunden einen echten Mehrwert!

Wir suchen ab sofort für unseren Standort in **Essen** je eine/n:

Drucker Rollenoffsetdruck (m/w)

Ihre Aufgaben:

- Herstellung von Druckprodukten an manroland Rollenoffsetdruckmaschinen (16-/24-/32- und 48-Seiten)

Ihr Profil:

- Erfolgreich abgeschlossene Berufsausbildung
- Mehrjährige Berufserfahrung (Rollenoffsetdruck wäre von Vorteil)
- Kommunikationsfähigkeit
- Zuverlässigkeit, Flexibilität und hohe Leistungsbereitschaft
- Bereitschaft zur Schichtarbeit

Helfer Rollenoffsetdruck (m/w)

Ihre Aufgaben:

- Helfertätigkeiten bei der Herstellung von Druckprodukten

Ihr Profil:

- Berufserfahrung (im Druckgewerbe von Vorteil)
- Kommunikationsfähigkeit
- Zuverlässigkeit, Flexibilität und hohe Leistungsbereitschaft
- Bereitschaft zur Schichtarbeit

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf die Zusendung Ihrer aussagekräftigen Bewerbung per E-Mail und mit Angabe Ihrer Gehaltsvorstellung an: personal@weirich-medien.de

Ruhrtalstraße 52-60
45239 Essen
0201-64393-0

Bergheimer Str. 111
47228 Duisburg
02065-7724-0

weirich-medien.de

lie, insbesondere wenn mehrere Familienstämme gemeinsam auf das Unternehmen fixiert sind. Die nüchterne Beurteilung durch einen Dritten, sozusagen der Fremdvergleich, wird bei kleineren und mittelgroßen Unternehmen zu meist vom Familienanwalt oder dem langjährigen Wirtschafts- und Steuerberater wahrgenommen. Bei größeren Unternehmen, vor allem solchen mit mehreren Familienstämmen, fällt diese Funktion in der Regel einem Beirat zu, der dann als Clearingstelle zwischen der Gesellschafterseite und der Geschäftsführung fungiert.

PLAUSIBLE UNTERNEHMENSNACHFOLGE.

Wenn der Findungsprozess abgeschlossen ist und der Kandidat einvernehmlich bestimmt ist, muss dieser Kandidat in angemessener Weise in sein Amt eingeführt und installiert werden. Dabei kann es organisatorische- und Abstimmungsschwierigkeiten geben, wenn der Nachfolger zunächst mit dem Altunternehmer gemeinsam

tätig wird. Dann wandelt sich die bisherige Alleingeschäftsführung in eine Kollegialgeschäftsführung. Für die gemeinsame Arbeit ist dann eine „Geschäftsordnung für die Geschäftsführung“ unter ausdrücklicher Vereinbarung der Konsenspflicht notwendig und hilfreich. Das gilt umso mehr, wenn der Altinhaber Namensgeber für die Firmierung des Unternehmens war und der Nachfolger an seiner Seite vermeintlich nur im Schatten des großen Vorbilds operiert.

Entscheidend ist jedenfalls, dass eine verbindliche und belastbare Regelung getroffen wird, die auch im Umfeld der handelnden Personen, sowohl im Unternehmen bei Kunden und Lieferanten als auch im Kreis der Inhaberbefamilie bekannt und akzeptiert ist.

Wenn der Nachfolger als Allein-Geschäftsführer tätig wird, stellt sich für die Gesellschafter das Problem der Begleitung und Kontrolle der unternehmerischen Entscheidungen. Hier sollten rechtzeitig entweder durch Installation eines Bei-

rates, oder durch entsprechende langjährige Beraterverhältnisse die für den Einzelfall sinnvollen Regelungen getroffen werden. Ein „Katalog der zustimmungsbedürftigen (Rechts-)geschäfte“ ersetzt nicht die abwägende Kommunikation zwischen der Inhaberschaft und der operativen Geschäftsführung.

WER FINANZIERT DEN NACHFOLGER? Regelmäßig ist die Unternehmensnachfolge auch ein regelungsbedürftiges finanzielles Problem, wenn der betreffende Nachfolger als Mitunternehmer eingebunden werden soll. Hier bieten sich folgende Möglichkeiten an, denn an der finanziellen Frage darf eine wünschenswerte Besetzung nicht scheitern:

- für kleinere und mittlere Unternehmen haben sich Abzahlungsregelungen (bekannt als „Earn-out-Regelung“) bewährt, wobei aus dem zukünftig erwirtschafteten Ertrag dem Nachfolger über Tantiemen und Bonuszahlungen der gleitende Aufbau einer Beteiligung ermöglicht wird.
- Ähnlich können Pachtvereinbarungen wirken, wenn sie flexibel sind und bereits auf spätere Beteiligung ausgerichtet sind.
- Bei größeren betrieblichen Einheiten lässt sich die Finanzierung als Existenzgründung unter Inanspruchnahme öffentlicher Fördermittel darstellen oder über besondere Finanzierungsgesellschaften (Private Equities).

FAZIT. Es gibt allen direkt oder indirekt Betroffenen Sicherheit und gewährleistet die Funktionsfähigkeit des Unternehmens, wenn man die Nachfolge professionell regelt. Das gilt umso mehr, wenn der Unternehmer schon betagt ist. Allerdings sollten entsprechende Regelungen und Absprachen in angemessenen Abständen überprüft werden, weil sich Markt- und Außenbeziehungen (auch die Lebensumstände der handelnden Personen) ändern können. Insoweit sollte bei langfristigen Überlegungen die Nachfolge nicht an einzelnen Personen festgemacht, sondern vom Grundsatz her und unter Berücksichtigung der individuellen Gegebenheiten bestimmt werden. Oberstes Ziel aller Regelungen dieser Art ist es, die Funktionsfähigkeit des Unternehmens zu sichern. Deshalb ist manchmal auch der Totalverkauf, einer halbherzigen Nachfolgeregelung im Interesse des Unternehmens vorzuziehen. **Dr. Eberhard Kossack**



Die Unternehmensnachfolge sollte professionell geregelt und die entsprechenden Absprachen in angemessenen Abständen überprüft werden.

Stellenangebote

Produkte für die graphische Industrie

Die reico GmbH in Eimeldingen Süddeutschland ist ein Handelsunternehmen mit Produkten für die grafische Industrie. Als Ergänzung für unser dynamisches Team suchen wir eine/n

Anwendungstechniker/in mit zusätzlichen Aufgaben im Bereich Vertrieb

Haben Sie eine abgeschlossene Ausbildung zum Drucker, vorzugsweise im Offsetdruck? Sind Sie es gewohnt auch mal anzupacken? Schlägt Ihr Herz für den Drucksaal? Besitzen Sie fundierte Produktkenntnisse im Drucksaal?

Dann zögern Sie nicht und senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen.

Wir sind gespannt sie kennen zu lernen!



reico GmbH, Patrick Martin
Reutackerstrasse 42, D-79591 Eimeldingen
www.druckereiservice.de

Westermann Druck ist Partner für Kunden aus Werbung, Verlagshäusern, Behörden und Industrie. Drucksachen aller Art entstehen hier von der Vorstufe über den eigentlichen Druck bis hin zu vielfältiger Weiterverarbeitung. Besonders spezialisiert ist unser moderner Maschinenpark für die Produktion von periodischen Zeitschriften, umfangreichen Katalogen und Büchern jeder Art. Dafür arbeiten etwa 300 qualifizierte und motivierte Mitarbeiter/-innen in drei Schichten rund um die Uhr.

Wir suchen ab sofort möglichst im Raum Braunschweig eine/-n

Kundenberater/-in Vertrieb

Ihre Hauptaufgabe ist der Aufbau und die Weiterentwicklung unseres Kundenpotenzials in **Mitteldeutschland (Schwerpunkt PLZ 3)** sowie **Skandinavien**. Es werden einschlägige Erfahrungen im Vertrieb von Rollenoffsetprodukten sowie eine Berufsausbildung im grafischen Gewerbe oder entsprechende Fachkenntnisse der Branche erwartet. Darüber hinaus verfügen Sie über sehr gute Englischkenntnisse. Reisebereitschaft sollte vorhanden sein.

Neben einer anspruchsvollen und abwechslungsreichen Tätigkeit wird Ihnen eine leistungsgerechte Vergütung geboten. Sie haben die Möglichkeit, selbstständig und eigenverantwortlich zu arbeiten, und werden zu einem engagierten Team gehören.

Interessiert?

Dann senden Sie bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen unter Angabe Ihres frühestmöglichen Eintrittstermins und Ihrer Gehaltsvorstellung an:

westermann druck GmbH

Personalabteilung
Georg-Westermann-Allee 66
38104 Braunschweig

oder bewerben Sie sich online
unter www.westermann-druck.de



Bewerbungsunterlagen sind wichtige Dokumente!

Kommt ein Bewerber nicht in Frage, bitten wir um sofortige Rücksendung der Unterlagen.

Vielen Dank, Ihr Verlag



Die SAXOPRINT GmbH ist eine moderne Online-Druckerei mit Sitz in Dresden. Als eines der führenden international tätigen Online-Unternehmen betreiben wir mit rund 400 Mitarbeitern mehrere erfolgreiche Druckportale. Wir bieten neben einem umfangreichen Leistungsportfolio modernste Technik und sind eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der CEWE COLOR.

Für unseren Firmensitz in Dresden suchen wir

OFFSETDRUCKER & BUCHBINDER (M/W)

Unser Angebot

- ✓ Arbeit mit hochtechnisierten und modernsten Produktionsanlagen
- ✓ professionelles Arbeitsumfeld und angenehmes Betriebsklima
- ✓ attraktive Konditionen

Ihr Profil

- ✓ abgeschlossene Ausbildung zum Offsetdrucker (m/w) oder Buchbinder (m/w)
- ✓ Bereitschaft zur Schichtarbeit (3-Schichtsystem)
- ✓ teamfähig, zuverlässig und flexibel
- ✓ kundenorientierte und kostenbewusste Arbeitsweise

Wir freuen uns auf den Eingang Ihrer aussagekräftigen Bewerbung an:

Karriere@saxoprint.de

Weitere Informationen auf www.saxojobs.de

Wir sind einer der weltweit führenden Hersteller von Dünnschlifftrakeln und Ersatzteilen für die Druck- und Verpackungsindustrie.

Durch individuelle und konstruktive Beratung unserer Kunden gelingt es uns seit Jahren unsere Marktanteile weltweit überdurchschnittlich auszubauen.

Diesen Erfolgskurs wollen wir langfristig fortführen und suchen hierfür einen drucktechnisch versierten

International Sales Manager

Diese Position erfordert Erfahrung in der drucktechnischen Anwendung und verkäuferisches Geschick insbesondere bei der Betreuung unserer internationalen Kunden vor Ort.



info@rolfmeyer.de
www.rolfmeyer.de

Thomas Störte ■ Rolf Meyer GmbH ■ Bargteheide

Stellenangebote

G&K TechMedia GmbH

Für unseren internationalen Fachverlag mit seinen führenden Publikationen in den Bereichen Verpackungsdruck und Etikettenproduktion suchen wir zur Verstärkung des Redaktionsteams am Standort Gutach im Breisgau

eine(n) Fachredakteur(in)

Ihre Aufgaben: Recherchieren, Schreiben und Redigieren von technischen Fachartikeln, Reportagen und Branchennachrichten für unsere Print- und Online-Medien. Dazu gehört auch die Betreuung externer Fachautoren. Da die Verlagspublikationen in Englisch und Deutsch erscheinen, sind ausgezeichnete Kenntnisse in beiden Sprachen ein Muss. Neben einer guten Schreibe sollten Sie auch ein Verständnis für technische Zusammenhänge mitbringen. Berufliche Erfahrungen in der Verpackungs- und Etikettenbranche wären ideal.

Wir bieten Ihnen eine international ausgerichtete Redakteurstätigkeit in einem motivierten Team, bei dem auch der Spaß an der Arbeit nicht zu kurz kommt.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte – gemeinsam mit Ihren Gehaltsvorstellungen und einer Angabe zum möglichen Eintrittstermin – an Frau Jutta Geiger (E-Mail: jutta.geiger@flexo.de).

Stellengesuche

Hands-on-Manager

Drucktechniker (m, 50J.) mit umfassender kfm. und techn. Erfahrung. Bereichsleiter Verkauf, Technik-Prozessteam Moderator; erfahren in Restrukturierung, sicher in Kundenberatung, Kalkulation, Einkauf und IT. Sucht neue Herausforderung. Bundesweit. Kontakt über: print2013@online.de

Wer gibt mir, **DRUCKERIN**, 22 Jahre, flexibel und verantwortungsbewusst, die Chance, meine Fähigkeiten im Offsetdruck unter Beweis zu stellen?

Zuschriften bitte unter Chiffre **358231892** an Deutscher Drucker, Postfach 4124, 73744 Ostfildern.

Außendienstverkäufer sucht eine neue Herausforderung mit Fokus auf:

- Bogen- und/oder Rollenoffset
- schnelle, flexible Auftragsabwicklung
- breites Verarbeitungsspektrum
- vielfältiger Service und Dienstleistungen

Biete gute Kundenkontakte – Fachkompetenz – konzentrierte Neukundengewinnung. Kontakt per E-Mail: AD-Druck@web.de

Offsetdrucker/Industriemeister

langjährige Erfahrung in VKI, AV & Kalk. sucht neuen Wirkungskreis (Rhein-Main-Gebiet & 200 km). druckfachmann1@aol.com

Senior Account Manager – selbstständig

Druck- und Medieneinstufung, Cross Media, Printmanagement.

Ich übernehme gerne für Sie Vertriebs- und Produktionsprojekte in partnerschaftlicher und nachhaltiger Zusammenarbeit. Neukundenakquise, Produktion, Projektmanagement. Bevorzugt im Raum München/Bayern.

Zuschriften bitte unter Chiffre **3582319636** an Deutscher Drucker, Postfach 4124, 73744 Ostfildern.

Stellenmarkt online:
www.print.de/Stellenmarkt

IMPRESSUM

Deutscher Drucker ist das unabhängige Fachmagazin für die Druck-, Medien- und Verpackungsbranche sowie ihre Zulieferindustrie. Gegründet 1894. Wiedergegründet 1965 von Kurt Kohlhammer. 1991 vereinigt mit der Fachzeitschrift „Papier und Druck“ (Leipzig).

Anschrift:
Deutscher Drucker Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG., Postfach 41 24, 73744 Ostfildern, Riedstraße 25, 73760 Ostfildern, Tel.: (07 11) 4 48 17-0, Fax: 44 20 99, Internet: <http://www.print.de>

Redaktion:
Bernhard Niemela (nie), Chefredakteur, Tel.: -20, E-Mail: b.niemela@print.de
Gerd Bergmann (ben), stellv. Chefredakteur (Druck, Wirtschaft), Tel.: -47, E-Mail: g.bergmann@print.de
Petra Ebeling (pe; Weiterverarbeitung), Tel.: -67, E-Mail: p.ebeling@print.de
Judith Grajewski (jg; Digitaldruck, Verpackungsproduktion), Tel.: -50, E-Mail: j.grajewski@print.de
Frank Lohmann (fl; Druck, Verpackungsproduktion), Tel.: -32, E-Mail: f.lohmann@print.de
Martina Reinhardt (mr; Weiterverarbeitung), Tel.: -17, E-Mail: m.reinhardt@print.de
Michael Schüle (ms; Medieneinstufung), Tel.: -27, E-Mail: m.schuele@print.de

Redaktionsassistenten und FDI-Seiten:
Stephanie Flaig, Anna Friesz, Franziska Thalhofer, Tel.: -29, E-Mail: redaktionsassistent@print.de, fdi@print.de

Korrespondenten:
Michael Scherhag, Tel.: 01 76-53 63 59 64, E-Mail: m.scherhag@print.de; Kurt K. Wolf, Tel.: 00 41-44-4 00 09 22, E-Mail: kwolf@uitikon.ch

Organzeitschrift:
Offizielles Informationsorgan des Fachverbandes Führungskräfte der Druckindustrie und Informationsverarbeitung e.V. (FDI)



Kooperation:
Deutscher Drucker ist einziges deutsches Mitglied des internationalen Fachzeitschriften-Verbandes Eurographic Press



Verlag:
Geschäftsführung:
Bernhard Niemela, Gerrit Klein
Anzeigenleitung:
Jochen Kristek, Tel.: (07 11) 4 48 17-58, Fax: (07 11) 44 20 99, Mobil: (01 51) 46 44 55 45, E-Mail: j.kristek@print.de
Mediaberatung und Anzeigenverkauf:
Verlagsbüro Berger-Medien, Königernheim, Tel.: (0 67 37) 71 57 20, Fax: (0 67 37) 71 56 89, jberger@bergermedien.com; Verlagsbüro Felchner, Kaufbeuren, Tel.: (0 83 41) 87 14 01, Fax: (0 83 41) 87 14 04, a.dyck@print.de
Stellen- und Verkaufsanzeigen:
Marianne Rezk, Tel.: (07 11) 4 48 17-34, Fax: (07 11) 4 48 17 92, E-Mail: m.rezk@print.de
Service- und Rubrikanzeigen (Einkaufsquellen):
Andrea Dyck, Verlagsbüro Felchner, Kaufbeuren, Tel.: (0 83 41) 87 14 01, Fax: (0 83 41) 87 14 04, E-Mail: a.dyck@print.de
Anzeigenverwaltung:
Regine Grossmann, Tel.: (07 11) 4 48 17-25, Fax: (07 11) 44 20 99, E-Mail: r.grossmann@print.de
Vertriebsleitung:
Rainer Herbrecht, Sema Torun; Vertrieb (Objektmanagement): Florian Krauss
Produktionsleitung:
Michael Kessler, Tel.: (07 11) 4 48 17-30, E-Mail: m.kessler@print.de
Copyright:
Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Diese Rechtsübertragung bezieht sich insbesondere auf das Recht des Verlages, das Werk zu gewerblichen Zwecken per Kopie

Leserservice:
Carl-Zeiss-Straße 5, 53340 Meckenheim,
Tel.: (0 22 25) 70 85-539,
Fax: (0 22 25) 70 85-550,
E-Mail: deutscher-drucker@aboteam.de

(Mikrofilm, Fotokopie, CD-Rom und andere Verfahren) zu vervielfältigen und/oder in elektronische oder andere Datenbanken aufzunehmen. Alle veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Ohne Genehmigung des Verlages ist eine Verwertung strafbar. Dies gilt auch für die Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken und die Vervielfältigung auf CD-Rom.

Auslandsvertretungen:
Großbritannien: Neil Stratton, Mike Robinson, Babel Marketing Ltd., Dellstone, 6 Ivy Cottages, Hinksey Hill, Oxford OX1 5BQ, Tel.: +44(0)18 65 73 94 84, Fax: +44-0-20 89 95 01 13, E-Mail: n.stratton@print.de; USA/Kanada: Ebner Publishing International, 200 West 57th Street, Suite 1410, New York, NY 10019, Tel.: +12 12/9 77 10 50, Fax: +12 12/9 77 10 51

Auflage:
Druck: 8650, Verbreitung: 8273, Verkauf: 6166, Abonnements: 2 (IVW III/2012)

Erscheinungsweise:
14-täglich mit je einer Doppelnummer im Juli und Dezember

Bezugspreise:
Inland 149,20 Euro (Ausland 197,20 Euro). Für Schüler und Studenten (nur gegen Nachweis) im Inland 87,20 Euro, in der Schweiz CHF 170,40 und im sonstigen Ausland 118,20 Euro. Die Mitglieder des Fachverbandes Führungskräfte der Druckindustrie und Informationsverarbeitung e.V. (FDI) erhalten das Abonnement im Rahmen ihres Mitgliedsbeitrages. Für FDI-Mitglieder im Einzelbezug beträgt der Abo-Preis 112,70 Euro. Mindestbezugszeitraum 1 Jahr, Kündigungsfrist 3 Monate vor Ablauf des Bezugszeitraumes. Einzelheft 8,90 Euro; für iPad 5,99 Euro.

Gesamtherstellung:
Dr. Cantz'sche Druckerei Medien GmbH, Zeppelinstraße 29 – 31, 73760 Ostfildern

Deutscher Publisher ISSN 0012-1096

Bankverbindung:
Volksbank Ulm-Biberach (BLZ 630 901 00), Konto: 3 906 000

Erfüllungsort/Gerichtsstand:
Stuttgart

Online:
Mit www.print.de betreibt der Verlag ein Online-Portal für die Druckbranche. Besuchen Sie uns auch auf Facebook (print.de) und Twitter (print.de)! Weitere Verlags-Publikationen: Deutscher Drucker International Edition, Grafische Palette