

Steinemann Technology SPS SCREEN PRINTING SYSTEMS ZUGEKAUFT

Die Steinemann Technology AG aus St. Gallen hat zum 1. Januar 2009 die SPS Screen Printing Systems GmbH, Wuppertal, und der Fertigung in Seevetal übernommen. Damit verfügt Steinemann jetzt über ein umfassendes Portfolio von Systemen und Lösungen für die Lack-Veredelung von Drucksachen, das alle Anforderungen von Klein- bis Großauflagen abdeckt. Die Produktlinie von SPS soll in die Graphic Division von Steinemann Technology integriert werden, wobei der Markenname SPS und das Maschinenprogramm erhalten bleiben sollen. Die Ursprünge der Marke SPS gehen bis ins Jahr 1953 zurück. Mit der Einführung des SPS Stop-Zylinder-Prinzips, das Genauigkeit und Geschwindigkeit ermöglichte, machte sich das Unternehmen ab 1957 weltweit einen Namen. Steinemann-Vize-Präsident und Leiter der Graphic Division Jürg Spittler erklärt dazu: »Mit dem Zukauf von SPS haben wir einen wichtigen Schritt unternommen, die positive Entwicklung unseres Unternehmens auf eine noch breitere Basis zu stellen.« Erst im Oktober hat Steinemann mit der Übernahme von Fleischle Siebdruckmaschinen und der Gründung der Steinemann Coating GmbH im Markt der Siebdruck-Spezialanwendungen die Weichen auf Zukunft gestellt.

➤ www.steinemann-ag.ch

Heidelberg VERBRAUCHSMATERIAL- GESCHÄFT AUSGEWEITET

Heidelberg weitet mit dem Kauf der Ulrich Schweizer GmbH/IPS GmbH, Waiblingen, ihr Angebot an Druckplatten, Farben, Lacken und Druckhilfsmitteln für Kunden in Deutschland aus. Der Druckfarbenspezialist Schweizer ist seit über 35 Jahren Anbieter von Verbrauchsmaterialien für den Bogenoffset und bundesweit einer der größten Händler von Pantone- und Sonderfarben. Dazu verfügt Schweizer über moderne Farbmischanlagen und einen 24-Stunden-Lieferservice. »Mit der Übernahme forcieren wir unseren strategischen Ansatz, das Materialgeschäft auszubauen«, erläutert Peter Tix, Leiter des Geschäftsbereichs Verbrauchsmaterialien von Heidelberg. »Mit unseren geprüften Lösungsangeboten bieten wir eine optimierte Abstimmung zwischen Druckvorstufe, Druckmaschine, Software und Verbrauchsmaterialien an.«



Heidelberg hatte zur drupa 2008 die Verbrauchsmaterialien unter der Marke Saphira zusammengefasst. So bietet Heidelberg Pakete – die sogenannten Saphira Performance Kits – an, bei denen die Verbrauchsmaterialien untereinander und auf die Maschinen abgestimmt sind. Die Ulrich Schweizer GmbH wurde mit dem Kauf in Saphira Handelsgesellschaft mbH umbenannt. Sitz der Gesellschaft ist Waiblingen, Geschäftsführer sind Dr. Uwe Lemcke und Kai-Erik Ströbel.

➤ www.heidelberg.com
➤ www.saphira-shop.de

Papierfabrik gerettet POWERFLUTE ÜBERNIMMT SCHEUFELN

Am 1. Januar hat das finnische Unternehmen Powerflute die Papierfabrik Scheufelen übernommen. Der Geschäftsbetrieb geht mit rund 500 Arbeitnehmern auf den Investor über. Alle Bedingungen des Kaufvertrages vom 3. Oktober wurden dazu erfüllt. Kim Jokipii bleibt Vorsitzender der Geschäftsleitung, Dr. Ulrich Scheufelen wird Mitglied im Aufsichtsrat beim Investor Powerflute.



Das traditionsreiche Unternehmen aus dem Lenninger Tal hatte am 17. Juli 2008 Insolvenzantrag gestellt. Das Geschäft der Papierfabrik, die jährlich 290.000 Tonnen gestrichene Papiere produziert, wurde unter dem Insolvenzverwaltung Dr. Jobst Wellensiek aufrecht erhalten. Powerflute ist eine an der Börse notierte AG, die in Finnland Wellpappenrohre herstellt. Die Übernahme von Scheufelen bedeutet für den Investor den Einstieg in das neue Geschäftsfeld hochwertiger gestrichener Premiumpapiere. Scheufelen erzielte nach eigenen Angaben in diesem Bereich 2008 eine Steigerung von über 20%. Powerflute setzte auf den Ausbau des Sortimentes bei Premiumpapieren, heißt es weiter. Im Hinblick auf die gut eingeführten Marken soll das Unternehmen unter dem Namen Papierfabrik Scheufelen weitergeführt werden.

➤ www.scheufelen.com

Idab Wamac geht an Schur HEIDELBERG VERKAUFT VERSANDRAUMANBIETER

Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat am 10. Dezember 2008 alle Anteile an der schwedischen Idab Wamac International AB an Schur International A/S verkauft. Damit hat Heidelberg das letzte Überbleibsel seiner ehemaligen Zeitungsdruckaktivitäten abgegeben. Der Druckmaschinenbauer hatte den Hersteller von Versandraumtechnik im September 2002 übernommen, um die damaligen Zeitungsdruck-Aktivitäten mit der

»Mainstream« abzurunden. Nach dem Verkauf des Rollendrucks an Goss International im Jahr 2004 blieb Idab Wamac Teil des Heidelberg-Konzerns – sinnvolle Synergien zum Bogenoffset bestanden allerdings nicht. »Wir konzentrieren uns konsequent auf den Bereich Bogenoffset. Deshalb haben wir uns für den Verkauf entschieden«, sagte Heidelberg-Chef Bernhard Schreier. Schur bietet über seine Tochtergesellschaften Schur Packaging Systems a/s in Horsens, Dänemark, und Schur Palletiser AB in Eksjö, Schweden, Versandraum-, Distributions- und Palletierlösungen für die Bereiche Zeitungs- und Akzidenzdruck an. Mit der Akquisition will Schur seine Position im Versandraumsegment stärken.

➤ www.heidelberg.com
➤ www.schur.com



Nela übernimmt OMCS NEUE GESCHÄFTSFELDER SOLLEN ERSCHLOSSEN WERDEN

Die Nela Brüder Neumeister GmbH, Lahr, übernimmt die in Dessau ansässige OMCS Optical Measurement GmbH. OMCS beschäftigt sich mit der optischen Oberflächenkontrolle. »Die Akquisition ist ein strategischer Schachzug, der unsere Kompetenz bei optischen Kontrollsystemen ergänzt«, begründet Nela-Geschäftsführer Frank Neumeister den Kauf. Die Verbindung des Know-how aus Maschinen- und Anlagenbau mit optischer Prüftechnik für 2D- und 3D-Anwendungen bietet durch die Erschließung der OMCS-Geschäftsfelder weiteres Wachstum für die Firmengruppe. In den letzten Monaten wurden von Nela und OMCS bereits gemeinsame Entwicklungen realisiert: zum Beispiel optische Farbregistersysteme zur Regelung von Druckzylindern und Papierbahnen. Die OMCS-Betriebsstandorte in Dessau und im chinesischen Wuxi werden in die Nela-Standorte integriert.

➤ www.nela.de

Ziegler Papier AG WACHSTUM IM JAHR 2008 FORTGESETZT

Die in Grellingen, Schweiz, ansässige Papierfabrik Ziegler konnte ihren Ausstoß im Jahr 2008 um 8,5% steigern. Auch den Umsatz konnte Ziegler Papier mit CHF 127 Mio. (Vorjahr 117 Mio.) um über 8,5% steigern. Investiert wurden rund CHF 3 Mio. Der Personalbestand blieb bei 182 Mitarbeitenden stabil. Im vergangenen Jahr wurde die Marktstellung in Europa weiter ausgebaut, während die Geschäfte in Asien und den USA währungsbedingt zurückgefahren wurden. Ziegler ist Hersteller von Inkjetpapieren für Transactional Documents. Zudem werden Beschichtungsroh-papiere sowie Papiere für den grafischen Markt produziert. Von den rund 72.500 Tonnen Papier wurden etwa 40% im Inland abgesetzt: der Schweizer Markt ist für Ziegler somit wichtig. Exportiert wurde hauptsächlich in den EU-Raum nach Deutschland, England, Holland, Österreich und Italien. Der Ertrag wurde durch hohe Energie- und Rohstoffkosten negativ

beeinflusst. Die Stärke des Schweizer Frankens gegenüber dem Euro, dem Dollar und dem Pfund lassen ebenfalls Spuren in der Ertragsrechnung.

2009 wird das Unternehmen vorerst konsolidieren. Schwerpunkte bilden neue Produkte im Inkjet-Bereich sowie im Segment der Silikonbeschichtungen. Ziegler erwartet eine positive Ertragsentwicklung, aber rückläufige Auftragseingänge.
➤ www.zieglerpapier.com

Kodak KAUF DER SCANNERSPARTE VON BÖWE, BELL, HOWELL

Die Eastman Kodak Company hat den Unternehmensbereich Scanner des amerikanischen Unternehmens Böwe, Bell und Howell erworben, der Dokumentenscanner herstellt. Kodak sieht in den Scannern eine passende Ergänzung zu den eigenen Produkten der Sparte Business Solutions & Services.

➤ www.kodak.com

Joint Venture im Tiefdruck DAETWYLER UND HELL SCHLIEßEN SICH ZUSAMMEN

Peter Daetwyler, Eigentümer der MDC Max Daetwyler Gruppe und Max Rid, Inhaber der Hell Gravure Systems, K. Walter und Bauer Logistik, haben zum 1. Januar 2009 Entwicklung, Herstellung, Vertrieb und Service von Formherstellungsanlagen für den Tiefdruck zusammengelegt. Dadurch könnten die Technologien als Gesamtlösungen angeboten werden. Kunden könnten elektromechanische und Laser-Gravurtechnologien aus einer Hand beziehen. Hierzu wurde die Heliograph Holding GmbH gegründet, die zukünftig die neu gegründete Daetwyler Graphics, die Hell Gravure Systems, K. Walter, Bauer Logistik, Schepers, Daetwyler R&D Dayton und deren Niederlassungen beheimatet. Max Rid wird als Vorsitzender der Geschäftsleitung die Heliograph Holding führen und dabei von den Geschäftsführern der Daetwyler Graphics, Hell Gravure Systems und K. Walter unterstützt.

➤ www.daetwyler.com

**Die Zukunft
hat gut Lachen**
Entsorgen mit
DruckChemie



Umweltauflagen sichern Zukunft. Sie zu erfüllen, verlangt Zeit, Geld und Know-how. Als zertifizierter **Entsorgungsfachbetrieb** garantiert DruckChemie maximale **Entsorgungssicherheit**: mit dem durchdachten

DruckChemie **Entsorgungssystem**. Auf der Verzahnung von Produktion, Lieferung und Entsorgung basierend, **vereinfacht** und **vergünstigt** es den Aufwand **für Druckereien. Testen Sie uns – ein Anruf genügt!**

DC DruckChemie AG
Schöneich
6265 Roggliswil
Tel. 0 62 - 747 30 30
Fax 0 62 - 754 17 39
dc-schweiz@druckchemie.com
www.druckchemie.com

DRUCK  **CHEMIE**
Print Liquids Technology



Metro International

GRATISZEITUNG »METRO« IN SPANIEN GESCHEITERT



Nach dem scheinbar unaufhörlichen Aufstieg von Gratiszeitungen in vielen europäischen Ländern hat es nun einen prominenten Vertreter, die Metro International S.A. in Spanien getroffen.

Das Gratisblatt, das 2001 sein Debüt gab und nach Verlagsangaben täglich 1,8 Mio. Leser fand, wurde Anfang Februar eingestellt. Als Ursache nannte das Management den »völligen Zusammenbruch des spanischen Anzeigenmarktes«. Bis jetzt seien bei der spanischen Tochter Verluste in Höhe von 25,5 Mio. € aufgelaufen. Für die Abwicklung der Zeitung rechnet das Metro-Management mit weiteren Kosten in Höhe von 5 bis 6 Mio. €.

Der schwedische Konzern Metro, der 1995 die erste Gratiszeitung herausbrachte, war im Jahr 2008 mit 70 Ausgaben in 23 Ländern nach eigenen Angaben der größte Zeitungsherausgeber der Welt. Inzwischen sieht aber selbst Metro-Chef Per Mikael Jensen, 46, eine Konsolidierung des Marktes. Gratiszeitungen, die mit dem Anzeigengeschäft nur über eine einzige Einnahmequelle verfügen, sind besonders hart von der Werbeflaute betroffen. Der Hamburger Unter-

nehmensberater Michael Apenberg hatte bereits im März 2006 vor Gratiszeitungen gewarnt. »Diese Zeitungen basieren auf einem Erlösmodell ohne Zukunft. Wer die Finanzierung einer Tageszeitung ausschließlich auf Werbeerlösen aufbaut, übersieht die Trends der werbetreibenden Unternehmen,« so die damalige Kritik.

Michael Apenberg sieht sich bestätigt und hofft, »dass dieses Beispiel zeigt, dass Gratiszeitungen keine Zukunft haben und dieser Quatsch endlich aufhört.«

- www.apenberg.de
- www.metro.lu



Mehr zum Thema Zeitung in »DRUCKMARKT impressions 7«. www.druckmarkt.com

Chromos AG RYOBI-VERTRETUNG FÜR ÖSTERREICH

Die Chromos AG mit Sitz in Dielsdorf wurde vom japanischen Druckmaschinenhersteller Ryobi zum 1. Januar 2009 auch zur Vertretung für den österreichischen Markt ernannt. Das Schweizer Handelshaus vertritt somit die Marke Ryobi in den beiden Alpenländern; in der Schweiz bereits seit 16 Jahren mit beachtlichem Erfolg.

Der japanische Druckmaschinenhersteller, der neuerdings auch B-1-Bo-genoffsetmaschinen anbietet, hat sich damit für einen bewährten Vertriebspartner entschieden. Rolf Broglie, CEO der Chromos-Gruppe, kommentiert: »Diese Entscheidung kommt beiden Unternehmen entgegen. Die Übernahme der Ryobi-Vertretung durch Chromos für den österreichischen Markt entspricht unserer Strategie, das Verkaufsgelände und damit auch den Einsatz unserer Spezialisten im Verkauf, in der Applikation und im Service geografisch auszuweiten. Die Alpenregion spielt dabei eine entscheidende Rolle.«

Chromos vertritt bereits eine Reihe namhafter Zulieferer in Österreich und der Schweiz: Codimag, Gidue und HP Indigo im Bereich Etikettendruck; Tauler Laminiermaschinen; Staper Stanzmaschinen und IMG Brause Heißfolienprägemaschinen. Zudem verfügt das Handelshaus in Vorarlberg seit Anfang 2008 durch die Übernahme der Reico über eine eigene Tochterfirma im Bereich Drucksaalmaterial. Chromos wird den Service und den Verkauf für Ryobi aus der Schweiz koordinieren und mit entsprechenden Fachleuten im Raum Wien den Kundenservice aufbauen. Wartungs- und Kundendienstaufgaben übernimmt die zur Chromos-Gruppe gehörende IMSAG AG mit zurzeit 30 Technikern.

Die Chromos-Gruppe ist seit über 60 Jahren in der grafischen Industrie im In- und Ausland tätig. Das 1946 gegründete familiengeführte Unternehmen erwirtschaftete 2007 mit ihren rund 200 Mitarbeitern einen Umsatz von 195 Mio. Schweizer Franken.

Das Lieferprogramm beinhaltet Systeme, Maschinen, Geräte, Zubehör und Verbrauchsmaterialien renommierter Hersteller in den Bereichen Offset, Printing and Converting (Digitaldruck und Large Format Printing), Verpackungs- und Etikettendruck, Postpress, Packaging Material (Toppan-Folien, Etiketten-, Tief- und Flexodruck) sowie Coding and Packing (Produktkennzeichnung, Verpackung, Umreifung, Transportgutsicherung). Die Gruppe ist in die Unternehmen Chromos AG, Fujifilm (Switzerland) AG, Chromos GmbH (Deutschland), AB Kelva, Erno Warenvertriebs GmbH, imgsag Industrie Maschinen Service AG und Reico GmbH aufgeteilt.

➤ www.chromos.ch

Neue Firmierung von Grafix DREI STANDBEINE SOLLEN DEUTLICH WERDEN

Bei der Grafix GmbH wurde der historische Namensanhang Zerstäubungstechnik in der Firmierung des international tätigen Unternehmens abgelegt. Damit soll im Namen deutlich werden, dass Grafix mittlerweile drei Standbeine hat: Trocknung mit Kühlung, Feuchtmittelaufbereitung und Farbwerkstemperierung sowie das Produktsegment, mit dem der Unternehmenserfolg begann: Puderauftrag mit Pudersaugung. Anlass zur Namensänderung war die vollständige Integration aller Aktivitäten der Tochter Grafix Contemp in die Grafix GmbH seit Beginn dieses Jahres.

➤ www.grafix-online.de



Digital Signage

DIGITALE AUSSENWERBUNG ÜBERFLUTET GROSSSTÄDTE

Die digitale Außenwerbung nimmt das Stadtbild europäischer Metropolen immer stärker in Beschlag. Der Markt für Digital Signage legt trotz der in klassischen Medien spürbaren Werbeflaute ein rasantes Wachstum hin. Wie die Beratungsunternehmen Goldmedia und Screen Digest melden, beträgt der

Anteil digitaler Außenwerbung am gesamten Out-of-Home-Werbe- markt derzeit zwar erst 4%. Bis 2012 werde dieser Wert jedoch auf 10% klettern. Klassische Medien wie das Plakat könnten dabei zunehmend von leuchtenden, blinkenden und reflektierenden Sujets verdrängt werden. LED-Screens, Videoboards und audiovisuelle Werbeträger gewinnen an Bedeutung und erobern den öffentlichen Raum. Während Großbritannien europä-

weit nach wie vor den Spitzenplatz beim Einsatz und der Entwicklung von Digital-Signage-Projekten einnimmt, ziehen Großstädte wie Berlin, Paris oder Wien bereits mit steigendem Tempo hinterher. Plakatwände etwa an Bahnhöfen, Flughäfen, in U-Bahnen oder am Point of Sale in Einkaufszentren werden immer häufiger von Bildschirmen und Videowalls ersetzt. Der Nettowerbeumsatz mit digitaler Außenwerbung wird sich Goldme-

dia und Screendigest zufolge in den kommenden drei Jahren in Westeuropa von rund 220 Mio. € auf über 630 Mio. € beinahe verdreifachen.

- www.goldmedia.com
- www.screendigest.com

PS: Ob dies wieder im Einklang mit der Einsparung von Energie und dem sogenannten Nachteil der Printmedien steht ... ?

Proofen, und zwar farbgenau.



Neu: EPSON SP 9900 und SP 7900 in Kodak Matchprint integriert.

Für den Druck verwendet Epson eine neu entwickelte UltraChrome Pigmenttinte der fünften Generation. Epson UltraChrome HDR (High Dynamic Range) ist ein Tintenset, das aus 11 Farben besteht. Es wird ein deutlich grösserer Farbraum mit zusätzlich Grün und Orange erreicht.



KODAKs MATCHPRINT Inkjet-Prooflösung erschliesst dem Tintenstrahl-Proofen ein neues Niveau an Workflow-Anbindungsmöglichkeiten und Farbpräzision. So profitieren Sie von hoher Farbgenauigkeit, optimierter Glätte und schnellen Kalibrierungswerkzeugen. Überzeugen Sie sich davon in unserem Democenter in Pfaffnau. Sie werden staunen, wie umfassend wir Sie bei der Optimierung Ihres gesamten Workflows unterstützen. Mehr dazu unter www.ofsgroup.ch.





Digitaldruckmarkt

KODAK GCG UND RICOH GEHEN ALLIANZ EIN

Die Kodak Graphic Communications Group (GCG) und Ricoh Europe haben eine Vereinbarung getroffen, die Ricoh berechtigt, die digitale Farbdruckmaschinen Kodak Nexpress und die Kodak Digimaster EX-Systeme in der Europäischen Union und der Schweiz zu verkaufen. Ricoh wird die Kodak-Maschinen verkaufen, liefern und direkte Supportleistungen bieten.

Durch die Ergänzung des Angebots mit den leistungsstarken Nexpress-Produktionsmaschinen kann Ricoh seinen Kunden eine umfangreichere Produktpalette anbieten. Für Kodak sei dies die Gelegenheit, die High-end-Drucklösungen über die größere Marktabdeckung einem breiteren Kundenkreis zugänglich zu machen – besonders wichtig sei der durch Ricoh mögliche Zugang zu unterschiedlichen Branchen.

In den zurückliegenden Jahren hat Ricoh das Portfolio für den Digitaldruckmarkt durch die Übernahme von Hitachi Printing Solutions und der europäischen Gesellschaften von Danka/Infotec sowie durch die InfoPrint Solutions Company, das Joint Venture mit IBM, ausgebaut. Ricoh arbeitet mit Kodak schon seit mehreren Jahren zusammen und bieten die Kodak-Maschinen neben Ricoh Digitaldrucksystemen wie dem Ricoh Pro C900 an.

➤ www.graphics.kodak.com

➤ www.ricoh-europe.com

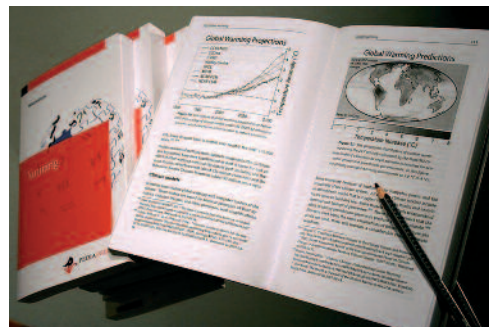
HP schließt Partnerschaft BUCHHERSTELLUNG MITTLERER AUFLAGEN MIT TIMSONS

HP hat eine Partnerschaft mit der Timsons Ltd. geschlossen, dem englischen Hersteller von Bücherdruckmaschinen. Gemeinsam wollen die Unternehmen ein digitales Inkjet-Drucksystem für kleine und mittlere Auflagen entwickeln. Im Rahmen der Partnerschaft wollen HP und Timsons die HP-Technologien Inkjet und IT sowie die Erfahrung von Timsons in der Buchproduktion miteinander kombinieren. Die neue Lösung soll nach der Vorstellung von HP die digitale Buchproduktion aus dem »Nischendasein« in die Großproduktion führen. »Die Zusammenarbeit ist der nächste Schritt in HPs Strategie, größere Druckvolumen von der analogen zur digitalen Technologie zu verlagern,« so Aurelio Maruggi, Vice President und General Manager, Inkjet Highspeed Production Solutions, HP. »Die digitale Lösung wird Druckereien und Verlagen neue Möglichkeiten eröffnen.« Ein Ergebnis soll die Verbindung der HP Inkjet Web Press mit 30 Zoll Bahnbreite mit einem neuen Finishingssystem von Timsons sein. HP plant nach eigenen Angaben zudem die Entwicklung einer Lösung für gestrichene Medien, die hohe Geschwindigkeiten ermöglichen soll. Die Beschichtungstechnologie soll es ermöglichen, auf ungestrichenen und gestrichenen Medien zu drucken. Die Druckmaschine soll voraussichtlich in der zweiten Jahreshälfte 2009 erhältlich sein.

➤ www.hp.com/de

Individuelle Drucke WIKIPEDIA IN BUCHFORM ON DEMAND

Die deutschsprachige Version der Online-Enzyklopädie Wikipedia bietet Nutzern ab sofort die Möglichkeit, sich aus den vorhandenen Einträgen ein individuelles Nachschlagewerk zusammenzustellen. Dieses kann dann entweder kostenlos als e-Book im PDF- oder OpenDocument-Format heruntergeladen oder in gedruckter Buchform bestellt werden. Realisiert wird das Ganze vom Mainzer Web-to-Print-Dienst-



leister PediaPress. »Durch unsere Kooperation mit der Wikimedia Foundation können die User nun die Vorteile aktuellen und detaillierten Wissens mit dem Komfort eines gedruckten Buches kombinieren. Basierend auf der gewünschten Artikelauswahl werden die Bücher on demand gesetzt und gedruckt«, stellt PediaPress-Geschäftsführer Heiko Hees fest. Die individuelle Wikipedia-Druckausgabe sei bereits ab einem Preis von 7,99 Euro zu bekommen.

Wer Interesse an einer persönlichen Wikipedia-Ausgabe hat, kann sich aus dem Fundus von Artikeln seine eigenen Inhalte zusammensuchen. Auf der Wikipedia-Webseite wurde

in der Navigationsleiste am linken Bildschirmrand ein neuer Bereich »Buch erstellen« hinzugefügt. Bevor der Auftrag zum Druck an PediaPress geht, habe der User die Möglichkeit sein zusammengestelltes Werk noch einmal zu begutachten. »Der Nutzer braucht dann nur noch Titel und Untertitel seiner persönlichen Enzyklopädie angeben und das Buch ist komplett«, betont Hees.

Der Preis für die individuelle gedruckte Wikipedia-Ausgabe hängt vom Umfang des Buches ab. »Die

Kosten eines Buches sind abhängig von der Seitenanzahl sowie vom Basispreis. Die ersten 100 Seiten kosten 7,99 Euro, weitere 100 Seiten kosten jeweils

drei Euro«, so Hees. Die maximale Obergrenze des Buchumfangs liegt bei 828 Seiten. »Neben Texten können auch Grafiken und Bilder in das eigene Nachschlagewerk aufgenommen werden, die jedoch nur Schwarzweiß dargestellt werden können«, merkt Hees an.

<http://de.wikipedia.org>
www.pediapress.com



e
college

Prepress-Lernvideos und -Filmreportagen im **Abo.**

www.e-college.ch | mayerle@ulrich-media.ch