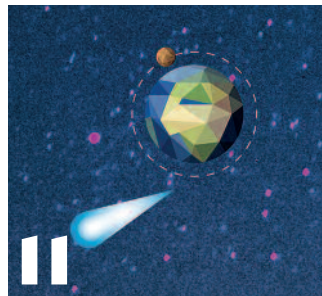




4



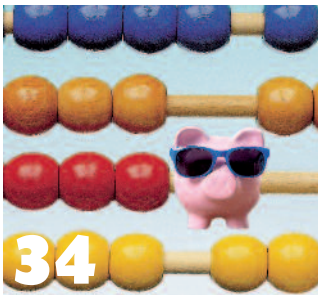
11



16



28



34

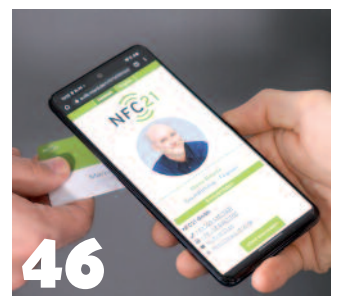


36



44

MARKETING AUTOMATION



46



50



56



68



70

- 4 Editorial: Mein Standpunkt
- 6 Gebrauchsanweisung für diese Ausgabe
- Print & Finishing**
- 12 Druckmarkt 139: Das Leuchtturm-Projekt
- 16 Der perfekte Mix aus Mut und Innovation
- 22 Eine Branche in stetigem Wandel
- 24 Das Papier macht die Rendite aus
- 28 Die Rollen sind angekommen
- 32 Wie Print mit Individualisierung auflebt
- 34 Projekt Kalkulation: Zeit, den Kanal zu wechseln
- 36 Vorstoß ins Außergewöhnliche
- 70 100 Jahre Bogenoffset aus Sachsen
- 72 Farbmesssysteme von Heidelberg steigern Automatisierung

- Print & Digital Convention**
- 11 Die neue Rolle von Print im Kommunikationsmarkt
- 44 Womit man sich durchaus beschäftigen sollte
- 46 Brücke zwischen Print und Digital
- 48 User Experience im Online-Shop
- 50 Drei Säulen für die graphische Kommunikation
- 52 Differenzierung wird immer wichtiger
- 56 So macht sich Print fit für die Zukunft
- 58 Medium mit einzigartigen Vorzügen
- 60 Von der Vision zur Lösung
- 61 Ausstellerinformationen
- 63 Wenn der Leser zum Heft kommt
- 64 LayFlat-Bindung mit Wow-Effekt
- 66 Mit bedruckten Buchkanten Mehrwert generieren
- 68 Kaufst Du noch oder investierst Du schon?

- Termine & Events**
- 74 Terminkalender

- 75 Impressum, Business-to-Business