

mittwald druck&medien



DRUCK BOGEN

Das Kundenmagazin | Ausgabe 8

Editorial	3
Liebe Leserinnen und Leser	
Kunden im Profil	4
Weber Kunststofftechnik – Systemlösungen in der Industrie	
Digitaldruck – 24-Stunden-Service	5
Kundenservice	6
Der mittwalddruck&medien -Tischkalender	
Kundentour – Die Zweite	7
Digitaldruck bei mittwalddruck&medien	10
Übrigens...	12
Zielgruppenanalyse	
Das mittwalddruck&medien-Gewinnspiel	13
backstage	14
Die Druckvorstufe bei mittwalddruck&medien	
Papier und Umweltschutz	15
Unser Papier, unsere Verantwortung	

Liebe Leserinnen und Leser,

einige Unternehmen versuchen durch einen veränderten Marktauftritt, durch Zielgruppen-Differenzierung sowie die Konzentration auf das Wesentliche ihre Marktchancen zu erhöhen.

Bei der Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen kristallisiert sich eines verstärkt heraus – die Frage nach dem Wert.

Unsere Intention ist es, durch den Dialog unser Denken, Fühlen und Handeln an unseren Kunden auszurichten.

Wir sehen unsere Kunden als Partner, an die wir Erkenntnisse weitergeben und aus deren Feedback wir lernen.

Wir wollen die Bedürfnisse unserer Kunden erkennen und ganzheitliche Lösungen finden – im Sinne einer langfristigen gewinnbringenden Zusammenarbeit.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen dieser Ausgabe.



A handwritten signature in blue ink that reads "Michael Brakemann". The signature is fluid and cursive.

Michael Brakemann
Geschäftsführer

Weber Kunststofftechnik – Systemlösungen in der Industrie

Das mittelständische Familienunternehmen Weber Kunststofftechnik wurde am 1.10.1967 in Minden gegründet und wird heute in zweiter Generation geführt. Im Laufe der mehr als 40-jährigen Unternehmensgeschichte ist das Unternehmen mit den Anforderungen des Marktes stark gewachsen, seit 1989 Weber Kunststoffhandel in Berlin und Chemnitz, seit 1990 Vario Pool System in Minden, seit 1996 Kunststoff-Technik Szczecin in Polen und seit 2002 matech Pferdesportsysteme in Minden.

Die insgesamt fünf Unternehmen der Weber-Gruppe mit mehr als 400 Mitarbeitern bieten ein vielfältiges Leistungsspektrum, vom hochwertigen Lagerbehälter über exklusive Schwimmbecken bis hin zu speziellen Pferdesportsystemen. Gemeinsam nutzen sie ihr langjähriges Know-how für eine ständige Weiterentwicklung der Produkte und bieten ihren Kunden vielfältige Serviceleistungen sowie hohe Produktqualität.

Die Weber Kunststofftechnik ist als Hersteller von Anlagen zum Handling aggressiver Medien europaweit führend.

Auf Grundlage fundierter Produktkenntnisse sowie langjähriger Erfahrung in der Verarbeitung von Thermoplastmaterialien und Verbundwerkstoffen, entstehen innovative Produktlösungen und kompetente Serviceleistungen, um den speziellen Anforderungen der Kunden aus den verschiedensten Industriebereichen zu begegnen. Die stetige Entwicklung der Weber Kunststofftechnik basiert insbesondere auf der vertrauensvollen und konstruktiven Zusammenarbeit der Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten.

Was wir an mittwalddruck&medien schätzen:

mittwalddruck&medien steht für ein fundiertes Fachwissen und eine klare Kommunikation, mit der sie Nähe zum Kunden aufbauen und auf kurzen Wegen unsere Wünsche in den Bereichen Druck und digitale Medien umsetzen – innovativ und budgetgerecht. Hinter mittwalddruck&medien steht ein Team mit Erfahrung, das unsere Aufträge und zeitweise auch unsere Probleme technisch einwandfrei und zielgerecht löst. Wir schätzen die professionelle und durchaus partnerschaftliche Zusammenarbeit.

Valentina Partenheimer, Marketing

Weber Kunststofftechnik Minden



Flyer im Digitaldruck!

Bei von Ihnen gestellter
druckfertiger PDF-Datei,
nach Druckfreigabe in

24h

abholbereit !!

z. B. Flyer DIN A4, Auflage 1-500, 4/4 farbig bedruckt
Papier 135g/m² Bilderdruck matt, gefalzt auf DIN-lang

Unabhängig vom obenstehenden Angebot bieten wir Ihnen:

Daten-Check Ihrer gestellten PDF-Datei

Liefern Sie uns Ihre erstellte druckfertige PDF-Datei. Wir führen für Sie einen Daten-Check durch und unterstützen Sie gegebenenfalls gerne mit unserem technischen Know-how und individuellen Problemlösungen.

Professionelle Layouterstellung zum Festpreis

Sie benötigen Unterstützung bei der Layouterstellung?
mittwaldruck&medien erstellt für Ihren Flyer ein professionelles Layout zu einem vorher vereinbarten Festpreis!

Lettershop Arbeiten

Wir bereiten Ihre Daten auf, personalisieren die Anschreiben, kuvertieren Ihren Flyer zusammen mit den Anschreiben und liefern alles postoptimiert auf.

Beratung (kostenlos vor Ort)

Sie benötigen weitere Informationen oder eine persönliche und individuelle Beratung vor Ort? Sprechen Sie uns an.
Sie erreichen uns telefonisch unter **057 72-91 66 88-0**
oder per Fax **057 72-91 66 88-50**.
Oder schicken Sie uns eine E-Mail an info@mittwaldmedien.de

Der mittwalddruck&medien-Tischkalender – „50 Jahre Stadtrechte Espelkamp – Hier geht was“

Auch in diesem Jahr haben wir von mittwalddruck&medien alle Hebel in Bewegung gesetzt, um Ihnen einen interessanten und informativen Tischkalender zu bieten. Wir als Espelkamper Unternehmen haben uns dazu entschieden Sie in diesem Kalender unter dem Motto „50 Jahre Stadtrechte – Hier geht was“ über die Stadt Espelkamp zu informieren.

Im vergangenen Jahr konnte die Stadt Espelkamp auf 50 Jahre Stadtrechte zurückblicken und hat dieses gebührend mit verschiedenen Aktionen gefeiert. Durch die Imagekampagne „Hier geht was“ sowie durch das Farbkonzept der Aufbau-gemeinschaft hat sich die Stadt Espelkamp auch über die Stadtgrenzen hinaus in ein neues farbenfrohes Licht gerückt.

Uns hat es besonders gefreut, dass wir der Stadt dabei tatkräftig unter die Arme greifen durften und sie uns im Gegenzug bei der Auswahl der Bilder und Erstellung der Texte für diesen Kalender sehr behilflich waren! Wir hoffen Sie haben Spaß an unserem Kalender und freuen uns auf eine interessante, farbenfrohe und ebenso vertrauensvolle Zusammenarbeit im Jahr 2010!

Ihr Team von mittwalddruck&medien



mittwald druck&medien

Espelkamp
50 Jahre Stadtrechte – Hier geht was

Postfach 1391 · 32327 Espelkamp · Tel. 057 72/91 66 88-0 · Fax 057 72/91 66 88-50 · www.mittwaldmedien.de · info@mittwaldmedien.de

Thomaskirche

Postfach 1391 · 32327 Espelkamp · Tel. 057 72/91 66 88-0 · Fax 057 72/91 66 88-50 · www.mittwaldmedien.de · info@mittwaldmedien.de

Breslauer Straße

Postfach 1391 · 32327 Espelkamp · Tel. 057 72/91 66 88-0 · Fax 057 72/91 66 88-50 · www.mittwaldmedien.de · info@mittwaldmedien.de

Mo	1	8	15	22
Di	2	9	16	23
Mi	3	10	17	24
Do	4	11	18	25
Fr	5	12	19	26
Sa	6	13	20	27
So	7	14	21	28

Mo	7	14	21	28	
Di	1	8	15	22	29
Mi	2	9	16	23	30
Do	3	10	17	24	
Fr	4	11	18	25	
Sa	5	12	19	26	
So	6	13	20	27	

Mo	5	12	19	26	
Di	6	13	20	27	
Mi	7	14	21	28	
Do	1	8	15	22	29
Fr	2	9	16	23	30
Sa	3	10	17	24	31
So	4	11	18	25	

Kundentour – Die Zweite

Am 22.01. diesen Jahres war es einmal wieder soweit! Das Team von mittwaldruck&medien hat zur 2. Kundentour eingeladen. Wie schon beim vorherigen Termin im vergangenen Jahr hat mittwaldruck&medien, in Zusammenarbeit mit der igepa Vereinigte Papiergroßhandlungen sowie des Sappi Papierwerkes, allen Interessenten die Eigenschaften von Papier und dessen Produktion nähergebracht.

Wir, Michael Brakemann, Bernd Schmidt und Thomas Berner haben unsere Kunden Herrn Midding (adp Gauselmann, Espelkamp), Herrn Bohne (Privatbrauerei Barre, Lübbecke), Frau Gräber (Primafood, Espelkamp), Herrn Schmale (Gerlach, Lübbecke), Herrn Sutthoff (BASF, Lemförde) und Herrn Müller (Lübbecker Werkstätten, Lübbecke) zu einem besonderen Eventtag eingeladen. Bei der Wahl des Programmes haben wir auf den bewährten Ablauf der letzten Kundentour zurückgegriffen. Beginnend mit einem leckeren Frühstück in gemütlicher Runde sind wir zu einer Betriebsbesichtigung in unserem Hause übergegangen.

Hier haben wir ein besonderes Augenmerk auf unsere Neuanschaffung gelegt. Zum Ende Dezember 2009 hat mittwaldruck&medien in eine Digitaldruckmaschine (Xerox 700 – nähere Informationen hierzu finden Sie in dieser Ausgabe des Druckbogens) investiert. Nach einer Demonstration der Maschine und Erläuterungen zu den vielen verschiedenen Einsatzmöglichkeiten führten wir unsere Gäste durch den Rest des Betriebes. Anschließend haben wir uns auf den Weg nach Hannover zur igepa gemacht.

Nach einer eingehenden Papierschulung folgte ein Rundgang durch die Hochregallager. Die Logistik der igepa Vereinigte Papiergroßhandlungen wurde hier verdeutlicht.

Nach einer Stärkung sind wir weiter nach Alfeld zu dem Sappi Papierwerk gefahren. Auch dieses Mal durfte das notwendige Anlegen der amüsanten Schutzkleidung nicht fehlen. Bei eisigen Temperaturen ging es dann, unter der gekonnten Leitung von Herrn Bohnsack, zur Werksbesichtigung. Alle Teilnehmer waren froh, die warmen Produktionshallen erreicht zu haben und die beeindruckenden Papiermaschinen und die Produktion in Aktion zu erleben.

Anhand der zwei Kundentouren, denen bestimmt auf Grund der großen Nachfrage noch weitere folgen werden, haben wir versucht unseren Kunden die Welt des Papieres in Zusammenarbeit mit der igepa und Sappi nahezubringen und sie vielleicht für bevorstehende Projekte bei der Wahl der richtigen Papiersorte gut vorzubereiten.

Wir möchten uns auf diesem Wege bei Herrn Lux sowie bei Herrn Bohnsack für die Realisierung der Kundentour bedanken. Ein ganz herzliches Dankeschön geht natürlich auch wieder an unsere teilnehmenden Kunden, dass sie sich die Zeit genommen haben mit uns einen informativen und schönen Tag zu verleben.

Haben wir Ihr Interesse an der interessanten Welt des Digitaldrucks geweckt, oder haben Sie Interesse an einem unverbindlichen Papierberatungsgespräch?

Dann kontaktieren Sie uns telefonisch unter 05772 / 916688-0 oder per Mail info@mittwaldmedien.de

sappi



IGEPA

mittwald druck&medien





Digitaldruck bei mittwalddruck&medien

Ab Januar 2010 eröffnet der digitale Farbdruck bei mittwalddruck&medien eine völlig neue Welt mit ungeahnten Möglichkeiten.

Ergänzend zu unseren bewährten Leistungen im Offsetdruck bieten wir Ihnen eine neue Möglichkeit hochwertige Druckerzeugnisse in Kleinstauflagen und zeitnah zu erstellen.

Eine schnellere Kommunikation und die individuelle Ansprache zum Kunden sind jetzt noch besser möglich. mittwalddruck&medien produziert vollfarbig gedruckte Produkte auf verschiedensten Materialien innerhalb kürzester Zeit – mit Inhalten, die genau, immer aktuell und exakt auf die einzelnen Kundenwünsche zugeschnitten sind. Und das alles bei höchster Qualität und wirtschaftlichster Produktion.



Marketing wird persönlich.

Bei Direktmarketing-Kampagnen müssen längst keine Kompromisse zwischen Personalisierung und Qualität eingegangen werden. Sie erhalten so eine höhere Resonanz auf Direktmailings und sparen Kosten durch den gezielten Ressourceneinsatz.

Digitaldruck von mittwalddruck&medien mit vollständigen variablen Daten – jeder Druck so einzigartig wie sein Leser.

Unikate drucken?

Kein Problem. Logos, Text, Grafiken, Bilder, Format: Nichts davon ist mehr fix, alles ist flexibel und zugeschnitten auf die jeweilige Zielgruppe.

Ihre Vorteile mit dem Digitaldruck von mittwalddruck&medien

- Keine veralteten oder überflüssigen Werbemittel
- Keine aufwendige Lagerhaltung
- Einfache Aktualisierung und Nachdruck
- Wirtschaftliche Kleinstauflagen auf verschiedensten Materialien
- Zielgruppenspezifisch, mit bis zu 100% variablem Inhalt

Bei weiteren Fragen zu diesem Thema wenden Sie sich bitte an die Kundenberater von mittwalddruck&medien – wir beraten Sie gerne!

Bernd Schmidt,
Tel. 0 57 72 - 91 66 88-68,
bs@mittwaldmedien.de

Thomas Berner,
Tel. 0 57 72 - 91 66 88-54,
tb@mittwaldmedien.de

- Drucken oder Kopieren in Farbe mit bis zu 70 S./Min.
- Herausragende Bildqualität mit der höchsten verfügbaren Auflösung – 2400 x 2400 dpi – für perfekte Farbübergänge, gestochen scharfe Fotos in hoher Auflösung, makellosen Textdruck, exzellente Verläufe und feinste Details
- Materialeinsatz von 80 - 300 g bis zu einem Format von 320 x 450 mm. Großraumbehälter für den Einsatz von Überformaten bis 330 x 488 mm
- Automatisch beidseitiger Druck auf gestrichenem Papier bis zu 250 g/m²
- Medienarten: Ungestrichenes und gestrichenes Papier, Karton, Folien, Etiketten, Haftpapiere
- Mit dem Emulsionsaggregations-(EA)-Toner mit besonders geringem Schmelzpunkt werden hochwertige Dokumente mit glatter, seidenmatter Oberfläche wie beim Offsetdruck, mit feinsten, detailreichen Schattierungen und professioneller Rasterung erstellt.
- Integrierte Endverarbeitung – Stapeln, Mehrklammernheftung und Lochung, Broschürenerstellung in Rückenheftung oder Falzung beispielsweise Broschüren auf gestrichenem Papier, Newsletter, Direktmailings, Handbücher und vieles mehr.



Übrigens...

Die Welt der Zielgruppenanalyse verändert sich in einem rasanten Tempo. Konnten wir noch vor fünf Jahren in den klassischen Gruppierungen denken und Werbung betreiben, sind heute Fragen nach der Lebensmotivation sowie der situativen Lebensphase des Einzelnen für eine Zielgruppenbildung wesentlich. Die Erkenntnis über Trennschärfen, in Bedürfnissen und Begehrlichkeiten des Käufermarktes zu denken wird zu der großen Herausforderung für alle Marketingtreibenden. Soziologische und gesellschaftspolitische Veränderungen bringen es mit sich, dass sich Menschen neuen Gegebenheiten in ihrem Leben stellen. Diese Veränderungen bedeuten selbstverständlich auch Anpassungen hinsichtlich Lebens- und Arbeitsweisen. Gepaart mit den technologischen Möglichkeiten der Kommunikation ergeben sich Chancen, Informationen über die entsprechende Käufergruppe zu erhalten. Betrachtet man die Netzwerke, die sich dem Internetnutzer bieten, kommt man oberflächlich gesehen sehr schnell zu der Frage nach Sinn und/oder Unsinn von manchen Kurznachrichten. Aber rund 45 Millionen Besucher im Monat nutzen beispielsweise die Platt-

form Twitter, um solche Kurznachrichten zu verschicken. Es erstaunt nicht, dass die Betreiber der rasant wachsenden Kommunikationsplattform die Werbemöglichkeiten für Unternehmen geöffnet haben. Und es erstaunt auch nicht, dass immer mehr Agenturen sogenannte „Twitter Seminare für Marketingexperten“ anbieten. Sind wir doch mal ehrlich, um Zielgruppen trennscharf aufzubereiten und maßgeschneiderte Botschaften platzieren zu können, möchten wir doch alle in den Kopf unseres Kunden schauen. In den Mittelpunkt rückt immer mehr die Frage nach dem Ort, an dem sich diese potenziellen Kundengruppen als Netzwerke zusammenfinden. Rein virtuell zwecks Kommunikation und Meinungs austausch, aber auch psychologisch im Sinne von Verbundenheit und Zusammengehörigkeitsgefühl. Ist die Frage berechtigt, ob man als Werbeverantwortlicher jeden Trend mitmachen muss? In einer Zeit des Kosten- und Wettbewerbsdrucks sehen sich Unternehmen der Frage ausgesetzt, ob sie Kunden akquirieren, Kunden binden oder Kunden zurück gewinnen wollen.

Laut CRM Barometer, einer jährlich durchgeführten Befragung von Capgemini Consulting unter Marketing- und Vertriebsverantwortlichen, konzentrieren sich in 2009 48 Prozent der Unternehmen auf Aktivitäten der Bestandskundenbindung, 33 Prozent auf Neukundenakquise und 19 Prozent auf die Kundenrückgewinnung (Quelle: direkt marketing 12/09).

Situative Veränderungen machen natürlich nicht Halt vor den Bestandskunden, und gerade hier liegt die Chance der Unternehmen für die Zukunft. Sehr viel effektiver als in der Neukundenakquise können bereits bestehende Kundendaten weiterentwickelt und verfeinert werden. Die Kunst ist



Die Investition in das Wissens- und Informationsmanagement bezüglich valider Kundendaten und künftig auch -meinungen bedeutet zu akzeptieren, dass Analyseinstrumente dreidimensional werden müssen. Zum einen das Arbeiten mit reinen soziologischen und persönlichen Informationen, zum anderen das Beantworten der Frage nach der Zugehörigkeit einer Community und letztendlich die Antwort auf die Frage nach der Zeiteinheit, in der sich Kunden in einem gewissen Lebensabschnitt befinden werden. Zugegeben, eine Zukunftsmusik, die im ersten Moment irritiert – die elementare Frage dahinter lautet: „Entwickeln wir ein Produkt und suchen uns dann unsere Kunden?“ oder „Skizzieren wir eine Vision über die Zielgruppe und entwickeln dann das Produkt?“. Fortsetzung folgt!

es, den Produktlebenszyklus mit dem Kundenlebenszyklus – der situativen Lebensphase des Kunden – in Einklang zu bringen. Ist ein Produkt heute noch aktuell und weckt Begehrlichkeiten, so könnte es morgen schon nicht mehr in das Lebens- oder Geschäftsumfeld des Kunden passen.

*Kirsten Brose
Geschäftsführung
:brain workers*

Mitmachen ist ganz einfach.

Schreiben Sie bitte per E-Mail die richtige Antwort an bs@mittwaldmedien.de

und Sie nehmen automatisch an der Verlosung teil.

Unter den richtigen Antworten verlosen wir einen **Gutschein für 2 Personen zum Sonntags-Frühstücksbuffet im „Schneiders am Brunnen“ in Espelkamp.**

Einsendeschluss ist der **28.05.2010**

Der Gewinner wird von uns sofort benachrichtigt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Und hier unsere Frage: **Wie lautet das Motto des neuen mittwaldruck&medien Tischkalenders?**

GEWINNSPIEL

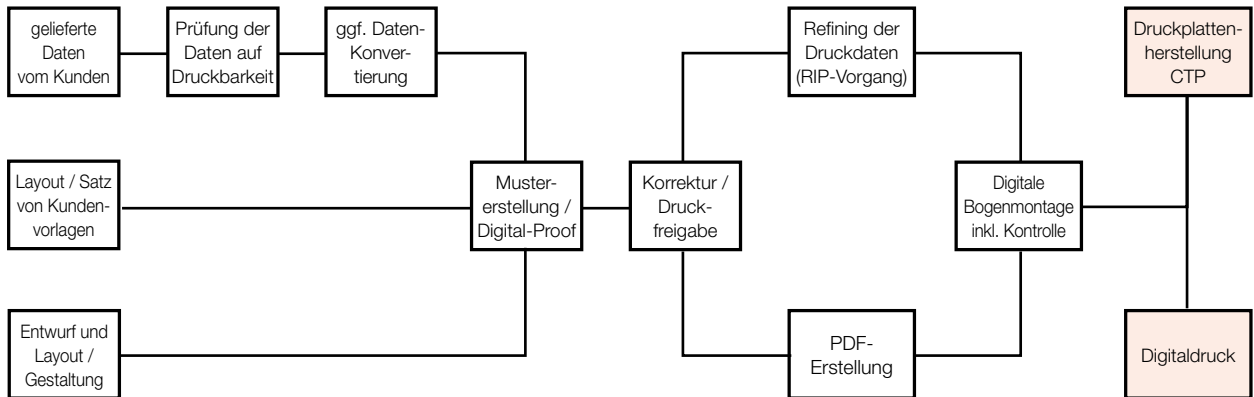
Die Druckvorstufe bei mittwalddruck&medien

Die Druckvorstufe bei mittwalddruck&medien bildet die Schnittstelle zwischen der Auftragsvorbereitung und dem Drucksaal.

Sei es Satz und Layout, Optimierung und Konvertierung von Kundendaten, Erstellung von Digital-Proofs oder seit Januar 2010 der Digitaldruck, vom Entwurf bis zur Druckplattenbelichtung wird hier jeder Auftrag individuell und fach-

kompetent bearbeitet. Dabei gibt es abhängig von den Wünschen des Kunden und der Art des Erzeugnisses viele verschiedene Wege zum Endprodukt.

Um Ihnen den Ablauf von Aufträgen in unserer Druckvorstufe etwas näherzubringen, zeigen wir Ihnen anhand des bestehenden Diagramms einmal die verschiedenen Wege und Stationen der Druckvorstufe auf.



In unserer nächster Ausgabe werden wir Ihnen die Tätigkeiten und Mitarbeiter unserer Druckvorstufe näher vorstellen.

Herzlichen Glückwunsch der Gewinnerin unseres letzten Gewinnspiels!

Beim letzten Gewinnspiel hat Frau Kleine vom Johannes Wesling Klinikum Minden ein Trikot des Handballvereins TuS-N-Lübbecke gewonnen.

Unser Papier, unsere Verantwortung

Es ist kein Wunder, dass die Chinesen vor rund 2.000 Jahren das Geheimnis des Papiermachens 500 Jahre lang wie ihren Augapfel hüteten. Die Erfinder des Faserbreis aus Baumrinde, Hanf und Lumpen spürten schon damals instinktiv, dass ihre Erfindung die Welt revolutionieren würde.

Seit Johannes Gutenberg sind es immer wieder neue Technologien, die dem Papier weitere Anwendungsbereiche erschlossen haben. Auch die elektronischen Medien von heute können dem vielseitigen Medium nichts anhaben. Das zeigt der stetig wachsende Papierverbrauch, der sich von 1970 bis zum Jahr 2000 weltweit mehr als verdoppelt hat.

Ob Lutherbibel, Französische Revolution oder demokratische Verfassung – das auf Papier gedruckte Wort hat unser Leben verändert. Als 1980 die 1.500 Seiten starke Studie „Global 2000“ veröffentlicht wurde, richtete sich unsere Aufmerksamkeit das erste Mal auf den Umweltschutz. Heute fordert der Klimawandel weltweit ein Umdenken in der Ökologie und der Ökonomie. Die Papierkunden sind da schon sehr weit. Sie fordern nicht nur brillante Druckergebnisse. Sie wollen auch wissen, woher die Rohstoffe zur Papiererzeugung überhaupt kommen und inwiefern sie ihre kreativen Ansprüche an das Papier mit maximaler ökologischer Verantwortung in Einklang bringen können.

Alle reden heute über „Nachhaltigkeit“. Nachhaltigkeit heißt weiterdenken, auch für die nächsten Generationen und deren Bedürfnisse. Geprägt wurde dieser Begriff 1992 in Rio de Janeiro auf der bis dahin weltgrößten Konferenz der Vereinten Nationen zum Thema Umwelt und Entwicklung. Ein Ergebnis der Konferenz in Rio war die Klimarahmenkon-

vention. Sie verankerte völkerrechtlich verbindlich das Ziel, einen gefährlichen und menschlich verursachten Eingriff in das Klimasystem der Erde zu verhindern. Verantwortlich für die Veränderung des Klimas sind Treibhausgase, die in der Landwirtschaft, im Transportwesen, in der Abwasserbehandlung und der Energieerzeugung verursacht werden.

Es hat nach Rio noch fünf Jahre gedauert, bis sich der Klimaschutz weiter konkretisierte. Erst das Kyoto-Protokoll der UN-Konferenz in Japan setzt 1997 völkerrechtlich verbindliche Zielwerte für den Ausstoß von Treibhausgasen fest, um die globale Erwärmung zu bremsen. Das Protokoll sieht vor, den jährlichen Treibhausgas-Ausstoß der Industrieländer innerhalb der ersten Verpflichtungsperiode von 2008 bis 2012 um durchschnittlich 5,2% gegenüber 1990 zu reduzieren. Auch wenn das Kyoto-Protokoll bislang nicht verhindern konnte, dass Treibhausgase weiter zunehmen, so hat es doch das Umweltbewusstsein verändert.

Sie müssen kein Papierhersteller sein, um die klimafreundliche Herstellung von Papier voranzutreiben. Wer als Händler oder Großhändler Papiere einkauft und damit handelt, kann durch sein Einkaufsverhalten schon viel bewirken. Woher kommen die Rohstoffe für die Papiererzeugung? Lässt sich die Qualität des Papiers mit maximaler ökologischer Verantwortung in Einklang bringen? Längst hat die gesamte Papierbranche damit begonnen, ihre ökologische Kompetenz mit Hilfe von Umwelt- und Herkunftszertifizierungen unter Beweis zu stellen.

Treibhausgase sind: Kohlenstoffdioxid (CO₂), Methan (CH₄), Distickstoffoxid (N₂O), Fluorkohlenwasserstoffe (H-FKW), Schwefelhexafluorid (SF₆).



mittwald druck&medien

- **Creativ Art**
- **Digitales Publishing**
- **Druck & Verarbeitung**

Königsberger Straße 6
32339 Espelkamp

Tel. 0 57 72 / 91 66 88-0
Fax 0 57 72 / 91 66 88-50

info@mittwaldmedien.de
www.mittwaldmedien.de