

PORTRÄT DER WOCHE



Volker Werner

■ Der gelernte Reprofotograf studierte Polygrafie an der heutigen HTWK Leipzig und war danach als Bereichsleiter Reproduktion bei Interdruck tätig. Seit 1991 ist er selbstständig und seit 1994 geschäftsführender Gesellschafter der A bis Z Publishing GmbH Leipzig.

Ziel des Unternehmens ist es, innovative Digitaldrucklösungen anzubieten. Der Einstieg in den Digitaldruck erfolgte 1999 mit einer E-Print von Indigo, zurzeit ist eine HP Indigo 3050 im Einsatz. Seit 2004 betreibt das Unternehmen die Software-Eigenentwicklung www.digitaldruckserver.de. Für B2B-Kunden werden bildpersonalisierte Mailings mit kundenspezifischen Sets und datenbank-gestützt individuelle Kundenzeitungen produziert.

Welche technische Entwicklung ist für Sie am wichtigsten?

Das Internet.

Was raten Sie dem Branchennachwuchs?

Sich ständig weiterzuentwickeln.

Ihr Buchtipps für Kollegen?

Der Minutenmanager und der Klammersaffe (Rowohlt).

Wofür würden Sie eine Lotto-Million ausgeben?

Um meine Software-Ideen umfassend zu verwirklichen.

Ihre drei liebsten Printprodukte?

Fachzeitschriften, P.C.-Journal, Impulse.

Ihr liebstes Urlaubsziel?

Abfahrtski im Zillertal/Österreich.

Ihre Hobbys?

Gitarre spielen in der Band Tropfstein (www.tropfstein.net), Garten, Angeln.

Ihre bevorzugte Automarke?

Audi.

Ihr Motto?

Man trifft sich im Leben mindestens zweimal.

Leipziger Buchmesse 2008 mit guter Bilanz beendet

Europas größtes Lesefest: »Leipzig liest«

Mit einem sehr guten Ergebnis ging am 16. März die Leipziger Buchmesse zu Ende. Rund 129 000 Besucher kamen an vier Tagen auf das Messegelände (2007: 127 000). Auf 63 000 m² verschafften sie sich einen Überblick über die Neuerscheinungen von 2 345 Ausstellern aus 39 Ländern. Diese zeigten sich mit der Messe hoch zufrieden, wie die offizielle Ausstellerbefragung bestätigt. 90 Prozent der Aussteller sagten schon während der Messe, dass sie im nächsten Jahr sicher wiederkommen wollen.

»Die Leipziger Buchmesse hat literarische und wirtschaftliche Akzente gesetzt, wie gewohnt den Autoren und dem Leser ein Podium geboten und den Buchmarkt belebt. Sie hat deutlich gemacht, dass Bildung und Erziehung Schlüsselthemen für die Entwicklung unserer Gesellschaft sind. Aussteller und Fachbesucher aus diesem Segment haben uns bestätigt: diese Themen erfahren in Leipzig die ihnen gebührende Öffentlichkeit«, sagte Wolfgang Marzin, Geschäftsführer der Leipziger Messe GmbH.



Ein typisches Bild für die Leseveranstaltungen während der Leipziger Buchmesse, sowohl auf dem Messegelände wie in der ganzen Stadt.



Es gibt zu viele gute Bücher, als dass man sie alle lesen kann.

Auch Europas größtes Lesefest »Leipzig liest« war auch in diesem

Jahr wieder ein Erfolg. Die 1 900 Veranstaltungen mit mehr als 1 500 Autoren wurden von über 10 000 Zuhörern besucht. Trotz der zahlreichen bekannten Schriftsteller gilt Leipzig als die Entdeckermesse für junge Autoren. An keinem Ort findet man so viele talentierte Schriftsteller, die nur darauf warten, von anwesenden Verlagsvertretern entdeckt zu werden. Spezielle Veranstaltungsreihen waren stets gut besucht und boten Einblicke in die Arbeit der »jungen Wilden«. Hier wurden Lesungen zum Popkonzert. (br)

Packpapier im Zeitungsformat

Zeitungsdruck ■ Die Abonnenten der Würzburger Tageszeitung Main-Post dürften am 12. März große Augen gemacht haben: Die morgendliche Lektüre kam in einer bisher hauptsächlich bei Postpaketen üblichen Verpackung. Das Blatt lag in einem Umschlag aus vierfarbig bedrucktem steifem Packpapier im Zeitungsformat. Wie schon vor einem Jahr bei der Werbemaßnahme »Zip'n'Buy« – einer mit Reißverschluss perforierten Zeitungsanzeige – nutzte das Bekleidungsunternehmen C&A als erster die Werbeidee.

Technisch möglich wurde diese Aktion durch die bei der Main-Post seit dem Frühjahr 2007 produzierte Kompaktrotation Commander CT von Koenig & Bauer. Dank der in dieser Druckmaschine eingesetzten Zylinder-Lagertechnik KBA Nip-Tronic kann die Druckpressung so exakt eingestellt werden, dass neben den bei der Main-Post eingesetzten Standard-Zeitungspapieren mit einem Flächengewicht von 40 oder 45 g/m² und aufgebesserten Papieren mit einer etwas höheren Grammatur auch Materialien wie braunes Packpapier in einer ordentlichen Qualität bedruckt werden.



Männermagazine Bauer macht mit Matador Schluss

Die Bauer Verlagsgruppe (Hamburg) stellt mit der 6. Ausgabe das monatlich erscheinende Männer-Lifestyle Magazin Matador ein. Als Grund führt der Verlag das »außerordentlich schwierige Marktumfeld«, in dem die wirtschaftlichen Ziele nicht erreicht werden konnten. Matador erschien zum ersten Mal am 11. März 2004 und erreichte zuletzt eine Auflage von 163 041 Exemplaren (IVW 4/2007). Von der Einstellung sind 16 Mitarbeiter in der Redaktion betroffen. Nach Angaben von Horizont haben auch die Konkurrenten mit Gegenwind zu kämpfen: FHM, GQ und Maxim verloren laut IVW im 4. Quartal 2007 ebenfalls an Auflage. Nur Men's Health und der Playboy konnten ihre Auflage stabil halten bzw. steigern.