



Jahresbericht 2006



Vorwort

Überdurchschnittlicher Jahresabschluss 2006

Mit dem Jahresabschluss 2006 haben wir neben dem umfangreichen Tagesgeschäft wieder ganz spezielle Produktionen erfolgreich realisiert. Premium-Kommunikation stand für unsere Kunden stets im Vordergrund. Wir haben diese durch kompetente Beratung für die Produktion umgesetzt. Unser Firmenleitsatz hat sich erneut bewährt: „Premium-Kunden“ erwarten „Premium-Beratung“. Der Markt fordert zunehmend die Veredelung von Printprodukten. Darauf haben wir uns eingestellt und unser Leistungsspektrum für dieses Marktsegment erweitert.

Dazu gehören vor allem folgende Technologien:

- UV-Lack
- DuftLack
- Drip-Off Lack
- Hybrid-Lack-Technologie
- Cellophanierung
- Gold- & Silberheißfolie
- Stanzungen
- Mehrstufigen Prägungen
- Sonderfarben
- Direktadressierung, Personalisierung & Individualisierung
- Lenticulartechnik & 3D Effekte
- Priplak Material
- komplizierte Falzungen etc.

Wir konnten zudem unser bereits erfolgreiches Geschäftsfeld der Konfektion, wie z.B. im Bereich Pressemappen, Ordner und Faltschachteln ausbauen.

Produkte mit umfangreicher Konfektionsarbeit konnten in kürzester Zeit auf höchstem Niveau realisiert werden.

Für das Geschäftsjahr 2007 erwarten wir einen weiteren Zuwachs.

Für Sie möchten wir im Jahr 2007 auch das Maximum an Kommunikations- und Erlebniswirkung erzielen.

Marketingaktivitäten (Sommerpokal 2006)	4
Folder (Think Pink)	6
Postkarten (AIDA Cruises)	6
Mammutrolle (Goretex)	7
Aufkleber (Goretex)	7
Standartisierung Kartenkleber (Süddeutsche Zeitung)	8
Zeitungsplakat (Benetton)	9
Broschüre (Salomon)	9
CD's (Siemens, Bosch)	10
DVD's (Bosch)	11
Pressemappe (Timberland)	12
Faltschachtel (Merckle Recordati)	13
Tragetasche (Penthouse)	14
Pressemappe (Penthouse)	14
Kalender (Penthouse)	15
Mappe (Audi)	16
Pokal (Audi)	17

Marketingaktivitäten



Im Jahre 2006 stand die Förderung des Segelsports wieder ganz im Vordergrund. Als Highlight der H-Boot Klasse, stellten wir uns als Hauptpartner des Sommerpokals am 19/20.08.2006 im Münchner Yachtclub auf.

Mit einer Anzahl von über 50 gestarteten Schiffen und mehr als 150 aktiven Seglern, wurde an diesem Wochenende um wichtige Ranglistenpunkte gekämpft.

Bei einem leichten Wind am Samstag und einem stürmischen Südwestwind am Sonntag ging Werner Fritz vom Chiemsee Yachtclub mit Roger Lübbe und Wolfgang Sägebrecht mit nur einem Punkt Vorsprung vor Kay Niederfahrenhorst aus dem Münchner Yachtclub mit seiner Mannschaft Kai Mardeis und Miriam Jung als Sieger hervor.

Der Wettfahrttag wurde unter dem Motto eines „American Evenings“ gefeiert. Nach typisch amerikanischen Gepflogenheiten wurden Spareribs, Chicken Wings, Country Potatoes und vieles mehr gereicht. Neben guten Drinks und Freibier, wurden die Tagespreise für jeden Regattateilnehmer vergeben. Man feierte bis in die frühen Morgenstunden.

Am Sonntagnachmittag wurden die Sieger mit vielen Sachpreisen geehrt. Die Begeisterung der Segler war außerordentlich groß und die Freude auf den nächsten Sommerpokal machte sich breit.

Sponsorleistungen:

- über 200 bedruckte Erinnerungs-T-Shirts
- über 200 DVD´s der Cinemathek in Zusammenarbeit mit der Süddeutschen Zeitung
- über 120 Bücher mit CD´s der Discothek in Zusammenarbeit mit der Süddeutschen Zeitung
- ein Fußball WM Band in Zusammenarbeit mit der Süddeutschen Zeitung
- Rucksäcke und Taschen in Zusammenarbeit mit Eastpak
- Gutscheine im Wert von über 900 Euro für Sonnenbrillen in Zusammenarbeit mit Funk Sonnenbrillen



„Es ist sehr wichtig für uns, einen starken Partner an unserer Seite zu haben, der zuverlässig und flexibel ist. Im Namen des Münchner Yachtclubs und allen Teilnehmern, von denen wir nur positives Feedback erhielten, möchten wir uns bei der Crossover-Mediagroup für die hervorragende Zusammenarbeit bedanken.“

Otto Hartmann (Bootswart)



Für unsere umfangreiche Organisation der Regatta, steht die Zusammenarbeit mit dem Sponsor immer im Vordergrund. Die Crossover-Mediagroup nahm uns dabei viel Arbeit ab, indem sie uns T-Shirts und viele Sachpreise für die Teilnehmer zur Verfügung stellte. Dankeschön sagt das Organisationsteam des Sommerpokals 2006.
Dieter Henning (Organisationsteam)



Folder - Think Pink

Umfang:	4 Seiten	
Format:	14,8 x 21,0 cm 29,6 x 21,0 cm	geschlossen offen
Druck:	Vorderseite Euroskala + Pantone 255 + Matt Lack	Rückseite Euroskala + Pantone 255 + Matt Lack
Papier:	200 g/m ² BD matt	
Verarbeitung:	Schneiden, rillen, mittig falzen	



Postkarten - AIDA Cruises

Umfang:	2 Seiten - 6 Sorten	
Format:	14,8 x 10,5 cm	
Druck:	Vorderseite Euroskala	Rückseite HKS 43
Papier:	290 g/m ² Invercoat Albato	
Verarbeitung:	1-seitig glänzend cellophanieren, schneiden, nach Sorten getrennt verpacken	





Aufkleber - Goretex

Umfang:	1 Seite
Format:	14,8 x 21,0 cm
Druck:	Vorderseite Euroskala + weiß +UV Lack glänzend
Papier:	210 g/m ² PVC-Selbstklebefolie, transparent, ablösbar
Verarbeitung:	Schneiden, verpacken



Mammutrolle - Goretex

Umfang:	1 Seite
Format:	102,0 x 63,0 cm
Druck:	Vorderseite Euroskala
Papier:	90 g/m ² SK mit blauer Rückseite
Verarbeitung:	Schneiden, 2 Teile auf Rolle standgerecht aufkleben, verpacken

Standartisierung Kartenkleber

In Zusammenarbeit mit der Süddeutschen Zeitung wurde für die neue Sonderwerbeform des Kartenklebens auf die Titelseite der Tageszeitung ein Standart entwickelt. Es wurden Sonderwerbeformen entwickelt, welche Response-Möglichkeiten besitzen und für den Kartenkleber verarbeitbar sind. Diese werden mittels eines Heißklebers auf die untere Hälfte der Titelseite der Süddeutschen Zeitung aufgeklebt. Eine Werbeform, die direkt beim Kunden ankommt und durch die hohe Akzeptanz der Zeitung, im Gegensatz zu Wurfsendungen, nicht am Briefkasten „geblockt“ wird. Das Druckzentrum der Süddeutschen Zeitung wurde im Jahre 2005 – neben weiteren innovativen Formen der Werbung in der Zeitung (z.B. flying page) – u. a. für die Anwendung des Kartenklebens mit zwei Preisen ausgezeichnet:

- „Druck & Medien Award 2005“
in der Kategorie Zeitungsdrucker
des Jahres
- „Innovationspreis der deutschen
Druckindustrie 2005“ (1. Preis)





Zeitungsplakat - Benetton

Umfang:	4 Seiten	
Format:	40,0 x 57,0 cm	geschlossen
	80,0 x 57,0 cm	offen
Druck:	Vorderseite	
	Euroskala	
Papier:	280 g/m ² Duo Card	
Verarbeitung:	Schneiden, mittig nutzen, verpacken	



Broschüre - Salomon

Umfang:	12 Seiten	
Format:	14,8 x 10,5 cm	geschlossen
	29,6 x 10,5 cm	offen
Druck:	Vorderseite	Rückseite
	Euroskala	Euroskala
Papier:	135 g/m ² BD matt	
Verarbeitung:	Schneiden, mit 2 Klammern Rückstich heften, 3-seitig beschneiden, verpacken	

DVD - Siemens

DVD5 (Video) mit weißer Unterlegung

Druck: Euroskala
+ Lack

Konfektion: Slim Case

Covercard:

Umfang: 2 Seiten

Format: 12,0 x 12,0 cm

Druck: **Vorderseite**
Euroskala

Papier: 170 g/m² BD glänzend

Konfektion: in Slimcase

Rückseite
Euroskala



DVD - Bosch

DVD5 (Video) mit weißer Unterlegung

Druck: Euroskala
+ Folienkaschierung

Konfektion in Slimcase



DVD's - Siemens



Glasmaster
DVD5 (Video)

Druck:

Euroskala
+ Lack

Einleger:

Umfang:

1 Seite

Format:

27,9 x 18,3 cm

Druck:

Vorderseite
Euroskala

Papier:

170 g/m² BD glänzend

Konfektion:

in DVD Softbox

Mappe - Timberland

Umfang:	6 Seiten	
Format:	23,5 x 30,5 cm x 1,7 cm 64,4 x 30,5 cm	geschlossen offen
Druck:	Vorderseite angemischtes Braun	
Papier:	260 g/m ² Conversation gerippt	
Verarbeitung:	Stanzen, Tasche kleben mit Füllhöhe, verpacken	





Aufkleber:

Umfang: 1 Seiten
Format: 10,2 x 14,5 cm
Druck: Euroskala
Papier: 80g/m² Hightgloss white
Verarbeitung: Felder mit 12 Stanzlinien anstanzen

Faltschachtel - Merckle Recordati

Faltschachtel:

Umfang: 1 Seite
Format: 49,9 x 68,4 cm
Druck: **Vorderseite**
Euroskala
+ Lack
Papier: 300 g/m² GC Chromokarton
Verarbeitung: Stanzen, ausbrechen, verkleben,
2 Broschüren mit Aufkleber, Elektrogerät und
Bedienungsanleitung einkonfektionieren

Broschüre 1:

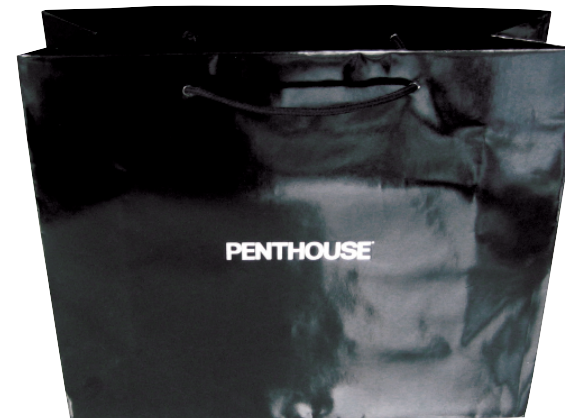
Umfang: 16 Seiten Innenteil + 4 Seiten Umschlag
Format: 10,5 x 14,8 cm geschlossen
21,0 x 14,8 cm offen
Druck: **Vorderseite** **Rückseite**
Euroskala Euroscala
+ partieller Lack + partieller Lack
Papier: Umschlag: 250 g/m² Profisilk
Innenteil: 170 g/m² Profisilk
Verarbeitung: Rückstich mit 2 Klammern, 3-seitig beschneiden

Broschüre 2:

Umfang: 20 Seiten Innenteil + 4 Seiten Umschlag
Format: 12,0 x 22,0 cm geschlossen
24,0 x 22,0 cm offen
Druck: **Vorderseite** **Rückseite**
Euroskala Euroscala
+ partieller Lack + partieller Lack
Papier: Umschlag: 300 g/m² Profisilk
Innenteil: 170 g/m² Profisilk
Verarbeitung: Rückstich mit 2 Klammern, 3-seitig beschneiden

Tragetasche - Penthouse

Umfang:	2 Seiten
Format:	38,0 x 13,0 x 31,0 cm
Druck:	Silber Heißfolie
Papier:	Night D1/0c - schwarz mit glänzender Laminierung passende Baumwollkordel, hochwertig gestrichenes Papier
Verarbeitung:	Kordel einziehen & verknoten, verpacken



Mappe - Penthouse

Umfang:	6 Seiten	
Format:	67,0 x 43,0 cm 21,0 x 28,0 x 1 cm	offen geschlossen
Druck:	Vorderseite Schwarz + Lack	
Papier:	300g/m ² Chromokarton Duo Card	
Verarbeitung:	Stanzen inkl. Nase für 2 Visitenkartenschlitze, rillen, plano verpacken	





Kalender - Penthouse

Umfang:	14 Blatt - 3 Sorten
Format:	29,7 x 42,0 cm
Druck:	Euroskala + Lack
Papier:	170g/m ² BD glänzend
Verarbeitung:	Schneiden, zusammentragen, an der kurzen Seite Wire-O-Binden, nach Sorten getrennt verpacken

Mappe - Audi

Umfang:	1 Seite	
Format:	63,5 x 31,6 cm 27,0 x 31,6 x 3,5 cm	offen geschlossen
Druck:	Schwarz + Pantone 8403 + Pantone 8400 + Pantone 186 CV	
Papier:	1,2 PriPlak natur	
Verarbeitung:	Lasche herstellen mit Rücksicherung, Combi D Mechanik, 4 Bügel, 25 mm Füllhöhe mit Grifflock und 4 Radschlitzen, Innenblätter und Doppel DVD einkonfektionieren	





Audi ACA - Communication Award

Format:	17,5 cm x 7 cm x 35,1 cm - 6 Sorten
Sockel:	2 Teile mit Glasplatte verklebt Alluminium mit Glasperlen gestrahlt + personalisierte Gravur polierte, aufgesetzte Goldplatte (2 Teile)
Glasplatte:	weiß partiell Sand gestrahlt

A black and white photograph of a person rappelling down a rope. The person is positioned on the left side of the frame, leaning back and holding the rope. The rope extends from the top left corner towards the center. The background is plain white.

Mutig? Nein. Sicher!

Erstklassiges Papier verdient erstklassige Beratung.

Das Papier-BeratungsCenter



Unser Beratungs-Team:
N. Kahrs, S. Ponsel und
A.-K. Plaschka

Wir wissen, was Sie wissen wollen. Egal ob Sie Fragen zu Papier, Druckmedien oder Einsatzbereichen und Leistungskriterien haben. Hier bekommen Sie Antworten. Unser Beratungs-Team beantwortet alles. Schnell, kompetent und unbürokratisch.

Das **Papier-BeratungsCenter** ist montags bis donnerstags von 8 bis 19 Uhr und freitags bis 16 Uhr für Sie erreichbar unter: **01805 00 73 96***

*14 ct/min aus dem Festnetz
Deutschen Telekom AG.

www.papierunion.de

**PAPIER
UNION**
Inapa Deutschland

Crossover-Mediagroup
Claude Lorrain Str. 25 Rgb
81543 München

Tel.: 089 / 54 84 66 40
Fax: 089 / 54 84 66 41
anfragen@crossover-mediagroup.de
www.crossover-mediagroup.de

Speziell für Niedersachsen:

Crossover-Mediagroup
Deverhafen 2
26871 Papenburg

Tel.: 04961 / 94 10 14
Fax: 04961 / 94 10 15
r.nehe@crossover-mediagroup.de

Diese Broschüre wurde wie folgt produziert:
Umschlag: 200 g/m² NopaCoat Stratos
Innenteil: 150 g/m² NopaCoat Stratos
Raster: FM-Raster - Taffeta von Fujifilm
Druck: 6/6c (Aniva + Drip-Off Lack)

Lesezeichen:
Material: Priplak opaline transparent natur, 800 µm
Druck: 1/0c Siebdruck