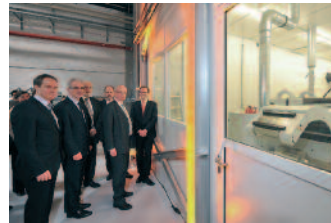




M-real Magazine, das Kundenmagazin von M-real, hat bei den Awards des Folio Magazine in der Kategorie »Bestes Gesamtkonzept, B-to-B« Gold gewonnen. Die internationalen Folio Awards sind der größte Wettbewerb der Zeitschriftenindustrie, in dem die besten Einrichtungen nach redaktioneller Qualität und Konzeption sowie optischem Erscheinungsbild prämiert werden. Die Gewinner wurden Ende Januar 2011 in New York bekannt gegeben.



Der Spitzencluster Forum Organic Electronics hat seine weltweit einzigartige Forschungsplattform bei der InnovationLab GmbH in Heidelberg offiziell eingeweiht. Kernstück der Forschungsplattform mit etwa 2.900 m² Büro- und Laborflächen ist ein 650 m² großes Reinraumlabor, das nach neuesten technischen Standards geplant und errichtet wurde. In den Räumlichkeiten arbeiten über 50 Forscher der Partner des Spitzenclusters gemeinsam an neuartigen, energiesparenden Beleuchtungssystemen, hocheffizienten Solarzellenfolien und der gedruckten Elektronik unter Anleitung national und international bekannter Experten.

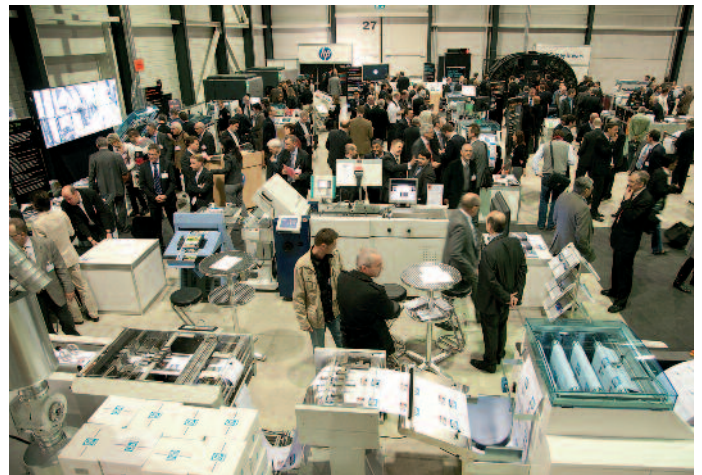
Geldfälscher haben 2010 erneut mehr »Blüten« in Deutschland in Umlauf gebracht. Polizei, Handel und Banken zogen rund 60.000 gefälschte Euro-Banknoten aus dem Verkehr und damit 14% mehr als 2009. Nach Informationen der Deutschen Bundesbank ist das der dritte Anstieg in Folge. Der so entstandene wirtschaftliche Schaden erhöhte sich von 3,1 Mio. € auf aktuell 3,4 Mio. €. Im vergangenen Jahr waren fast sechs von zehn Blüten »falsche Fuffziger«.

Zu den neuen Berufsbildern – die ab 1. August 2011 in der Druckindustrie gelten – gibt es eine erste Kurzinformation für Ausbildungsbetriebe. Herausgegeben wird diese vom Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien (ZFA) gemeinsam mit dem Bundesverband Druck und Medien (bvdm) und der Gewerkschaft ver.di. Vorgestellt werden in dieser Schrift die neuen Berufsbilder Medientechnologie Druck, Medientechnologie Siebdruck, Medientechnologie Druckverarbeitung sowie der Packmitteltechnologie und der Medientechnologie Digital und Print. Erhältlich ist die 20-seitige Schrift »Die neuen Ausbildungsberufe der Druck- und Medienwirtschaft« unter der Artikel-Nummer 84049 bei den Druck und Medienverbänden und bei der Gewerkschaft ver.di.
 > www.point-online.de

Versteckte Potenziale nutzen WHITEPAPER

»B2B E-COMMERCE«

Wie sich B2B-Hersteller und Intermediäre ihre e-Commerce-Strategien auf Social Media und andere neue Entwicklungen anpassen, zeigt ein neues Whitepaper von Prof. Dr. Ralph Sonntag, Professor für Marketing an der HTW Dresden. Das Whitepaper, zusammen mit der T-Systems Multimedia Solutions GmbH entstanden, leitet die wesentlichen Erfolgsfaktoren für B2B-Portale ab und zeigt, wie bislang vernachlässigte Potenziale genutzt werden können. Das Whitepaper »B2B E-Commerce« beschreibt Erfolgsfaktoren im e-Commerce, berichtet über internationale Best-Practice-Beispiele, zeigt die erfolgreiche Wertschöpfungskette, Plattformen sowie Geschäftsmodelle und informiert über die kommenden Trends im B2B-Commerce. Das Whitepaper (20 A4-Seiten, PDF) ist kostenlos erhältlich.
 > <http://www.b2b-shopsysteme.de/whitepaper/>



Wer sich über die Trends und Entwicklungen rund um Digitaldruck und Paper Processing umfassend informieren wollte, hatte während der Hunkeler Innovationdays diese Gelegenheit. Die 9. Austragung des Branchenanlasses fand vom 14. bis 17. Februar auf dem Messegelände der Stadt Luzern statt und kann als echter Erfolg gewertet werden. Etwa 80 Aussteller präsentierten den gut 5.000 Besuchern ausgefeilte Lösungen. Bei Hunkeler wird die Entwicklung der Printmärkte als überaus verheißungsvoll beurteilt. Die Verlagerung bestimmter Produkte von den klassischen Druckverfahren in den Digitaldruck sei unverkennbar, so Hunkeler-CEO Stefan Hunkeler. Druckmarkt wird in den nächsten Ausgaben (dem PDF-Magazin »Druckmarkt impressions« und in der April-Ausgabe) noch detailliert auf die Highlights der Hunkeler Innovationdays eingegangen.



7. International Converting Exhibition

8.-10. November 2011
Neue Messe München

Converting- Spezialisten im Fokus

- Beschichtung / Kaschierung
- Schneide- / Wickeltechnik
- Trocknung / Härtung • Software
- Kontroll-, Mess- & Prüfsysteme
- Behandlung • Konfektionierung
- Materialien • Maschinenzubehör
- Retrofits / Runderneuerte Anlagen
- Fabrikmanagement • Consulting
- Lohnveredelung / -verarbeitung
- Flexo- / Tiefdruck

Für weitere Informationen wenden Sie
sich bitte an: Mack Brooks Exhibitions Ltd
Tel: +44 (0)1727 814 410
E-Mail: info@ice-x.de

www.ice-x.de



Ein Marken-Klassiker feiert 75. Geburtstag: 1936 kam der erste transparente Klebefilm auf den Markt, der ab 1941 unter dem Namen tesa film Berühmtheit erlangte. Laut Hochrechnungen wurden seitdem etwa 50 Milliarden Meter verkauft. Damit ließe sich die Erde am Äquator entlang etwa 1.250-mal umwickeln. Heute ist der tesa film Teil einer Produktfamilie mit etwa 7.000 Klebebandlösungen für Industrie, Gewerbe und Konsumenten.



KBA TECHNISCHER FORTSCHRITT ALS MOTOR

Nach Einschätzung von KBA-Marketingdirektor Klaus Schmidt ist der Prozess der Restrukturierung und Konsolidierung in der Druckindustrie auch nach zweieinhalb Krisenjahren noch nicht abgeschlossen. Manchen Betrieben gehe es sehr gut, anderen mittelprächtigt und einem höheren Anteil als in normalen Zeiten eher schlecht, sagte er auf dem Stuttgarter Druckforum. Dies treffe genauso auf die Lieferindustrie zu. Während der deutsche Maschinenbau in vielen Bereichen wieder boomt, liegen die Aufträge für neue Druckmaschinen trotz eines deutlichen Aufschwungs aufgrund des Medien- und Strukturwandels und anderer Faktoren weiter deutlich unter dem Vorkrisenniveau. Im Bogenoffset hat sich das weltweite Auftragsvolumen für Neumaschinen 2010 um etwa 400 Mio. € auf 3 Mrd. € erhöht. Bis 2013 könnte es auf 4 Mrd. € wachsen, wenn sich die Konjunktur weiter erholt und neue Turbulenzen nicht zu einem Einbruch führen. Durch hohe Leistungen und sinkende Rüstzeiten sind die Maschinen in den vergangenen zehn Jahren immer produktiver geworden, so Schmidt. Deshalb würden für das gleiche Druckvolumen immer weniger Anlagen benötigt. Auflagen und Lieferzeiten sinken, gleichzeitig aber wachsen die Anforderungen an Aktualität, Qualität und Wirtschaftlichkeit. So bleibt Maschinenherstellern und Druckbetrieben nur permanente Innovationen als Ausweg. Mehr auf Seite 28.

DRUCKMARKT
impressions

Lesen Sie mehr im PDF-
Magazin »Druckmarkt
impressions« im Internet.
Jetzt alle 14 Tage mit
Hintergrundberichten und
Nachrichten.

www.druckmarkt.com