



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 Einreichungen nach redaktioneller Qualität und Konzeption sowie optischem Erscheinungsbild prämiert werden. Die Gewinner wurden Ende Januar 2011 in New York bekannt gegeben.

«Business Driver Programm»  
**EXKLUSIVE ANGEBOTE FÜR  
RICOH-KUNDEN**

Ricoh Schweiz bietet Kunden aus dem Produktionsdruck seit Februar mit dem Business Driver Programm (BDP) ein exklusives Dienstleistungspaket. Kunden können ab sofort über ein Online-Portal Beratungsleistungen, Schulungsangebote, Studien und Whitepapers sowie die Ricoh Professional Services nutzen. Mit dem BDP unterstützt Ricoh seine Kunden in Zu-



kunft noch stärker, wenn es darum geht, Geschäftsmodelle zu optimieren, Neugeschäft zu generieren und Entwicklungspotenzial zu identifizieren.

Die Kunden von Ricoh, die sich am BDP beteiligen, erhalten Zugang zu einer breiten Palette von Dienstleistungen und Informationen, die auf ihre konkreten Anforderungen zugeschnitten sind. Zusätzlich sind die bereitgestellten Informationen auf verschiedene Zielgruppen, beispielsweise Geschäftsführer, Operatoren, Sales- und Marketing-Mitarbeiter, abgestimmt.

➤ <http://businessdriver.ricoh.ch>

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.

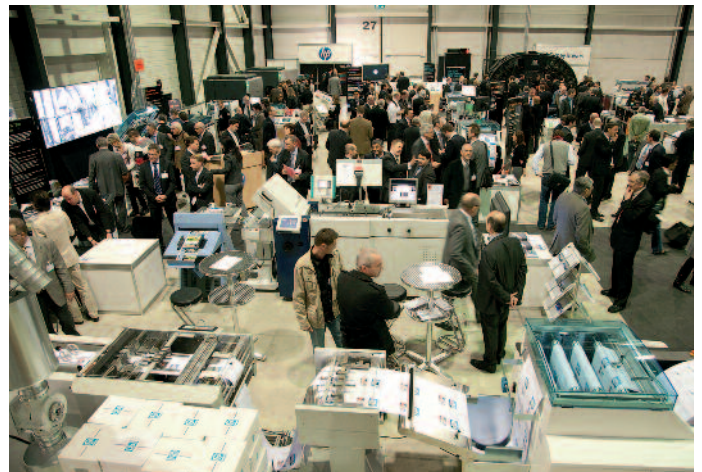
➤ <http://www.b2b-shopsysteme.de/whitepaper/>

**DIE GRÖSSTEN PAPIERHERSTELLER (2009/10)\***

Holmen (SWE)	2.500
International Paper (USA)	5.800
m-real (FIN)	2.300
Myllykoski (FIN)	2.800
Norske Skog (NOR)	4.400
sappi (SA)	6.800
SCA (SWE)	2.300
Stora Enso (FIN)	12.700
UPM (FIN)	11.500
Jahreskapazität in 1.000 t	2.000 4.000 6.000 8.000 10.000 12.000

\*Grafische Papiere und Karton mit Relevanz in Mitteleuropa.

**GRÖSSTER PAPIERHERSTELLER ENTSTEHT** Mit dem Zusammenschluss von UPM und Myllykoski entsteht rein rechnerisch der weltweit größte Papierhersteller. Allerdings wird sich zeigen, ob diese Kalkulation Bestand hat. Denn erstens ist derzeit nicht abzusehen, mit welcher gemeinsamen Kapazität UPM nach der Fusion ins Rennen geht und zweitens gibt es seit September Gerüchte über eine (zumindest) Zusammenarbeit von Stora Enso, Holmen und Norske Skog. Die Zusammenarbeit würde sich auf den Markt der Zeitungspapiere konzentrieren. Allerdings sind diese Spekulationen bisher dementiert worden.



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.

**Rebranding****ANTALIS POSITIONIERT SICH NEU**

Im Zuge einer Repositionierung richtet sich Antalis neu aus und unterzieht auch das visuelle Erscheinungsbild einem Rebranding. Ins Auge sticht dabei der neue Claim «Just ask Antalis», der deutlich machen soll, dass das Unternehmen auf ein internationales Know-how und fundierte Expertise zurückgreifen kann und gleichzeitig jedem Kunden persönliche Betreuung vor Ort gewährleistet. Ein weiteres zen-



trales Element des Rebrandings ist der «Paperman», eine agile Origami-Figur in Magenta, die durch den Auftritt begleitet. Die Neupositionierung ist Teil des Projektes RACE 2012, das weltweit von allen Antalis-Niederlassungen durchgeführt wird. Erklärtes Ziel ist es, zum führenden, kundenorientierten Dienstleister der Branche zu werden. «Wir möchten aufzeigen, wie breit unser Angebot – das heisst unsere Produkt- und Dienstleistungspalette – tatsächlich ist. Wir müssen leider immer wieder feststellen, dass sowohl bestehende als auch Neukunden oft nicht wissen, was wir alles anbieten», so Jürg Pletscher, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Antalis AG in Lupfig. Sichtbar wird der neue Auftritt in allen Kommunikationsmedien sowie im Unternehmens-Kurzfilm, realisiert vom Starregisseur Wim Wenders.

➤ [www.antalisch.ch](http://www.antalisch.ch)

**150 Jahre Republik Italien FEDRIGONI MIT SPEZIELLEN NOTIZBÜCHERN**

Fedrigoni SpA sponsert über seine Marke Fabriano ein Projekt an der Universität von Trient: Zum 150. Jahrestag der Gründung der Republik Italien werden Notizbücher mit Fotos und Biografien 150 bedeutender Italienerinnen und Italiener veröffentlicht – gedruckt mit HP Indigo-Systemen auf Fedrigoni-Papier. Vor der Produktion der 150 Notizbuch-Versionen wurden Nominierungen für die 150 Personen von



der Öffentlichkeit über eine Website entgegengenommen. Dort können die Nominierungen und Ergebnisse auch abgerufen werden. 6.000 Benutzer riefen die Website in den ersten drei Monaten nach der Freischaltung auf. Sie gaben über 300 Namen an und stimmten über sie ab – von Gründungsfiguren des Staates über Komponisten, Künstler, Designer, Schauspieler, Wissenschaftler und Intellektuelle. Jede der 150 aus 50 fadengehefteten Seiten bestehenden Versionen von Notizbüchern trägt auf dem Einband ein Bild des oder der Gefeierten und eine Kurzbiografie, eine Beschreibung des Projekts und die komplette Liste der 150 ausgewählten Namen. Die Buchumschläge (Fedrigoni Symbol Freelifa Satin 300 g/m<sup>2</sup>) sind rot, grün oder weiss, so dass bei entsprechender Anordnung im Verkaufsregal die italienischen Flagge in ihren Nationalfarben zu erkennen ist. Die restlichen Seiten (Fabriano Bioprima) wurden für persönliche Notizen leer gelassen.

➤ [www.hp.com](http://www.hp.com)

➤ [www.150italiani.it](http://www.150italiani.it)

**ZWISCHEN DEN DRUCKMARKT-AUSGABEN**

# DRUCKMARKT impressions

Das erste PDF-Magazin für Kommunikation, Design, Print & Publishing



Die Fülle an Nachrichten, die wir in unseren gedruckten Ausgaben nicht unterbringen oder die News, die nicht auf das nächste Heft warten können, finden Sie im PDF-Magazin «DRUCKMARKT impressions». Die etwa 14-tägig erscheinenden Ausgaben beschäftigen sich vor allem mit technischen Themen rund um Premedia und Prepress, um Druck, Veredelung, Finishing und Verpackung bis hin zur Medien- und Zeitungsproduktion und anderen relevanten Segmenten der Print- und Publishing-Industrie.

«DRUCKMARKT impressions» ist kein gewöhnlicher Newsletter, sondern ein vollwertiges Magazin, das neben der Print-Version von «DRUCKMARKT» erscheint und die moderne Form einer Fachzeitschrift repräsentiert: mit Bildstrecken, Nachrichten, Hintergrundberichten und Links zu weiterführenden Informationen. Das macht «DRUCKMARKT impressions» zum lebendigen Medium, das die Berichterstattung des «DRUCKMARKT» aktuell ergänzt. Kostenlos zu abonnieren unter:

[www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)

Wissen, wo es lang geht ...

**DRUCKMARKT**  
macht Entscheider entscheidungssicher.