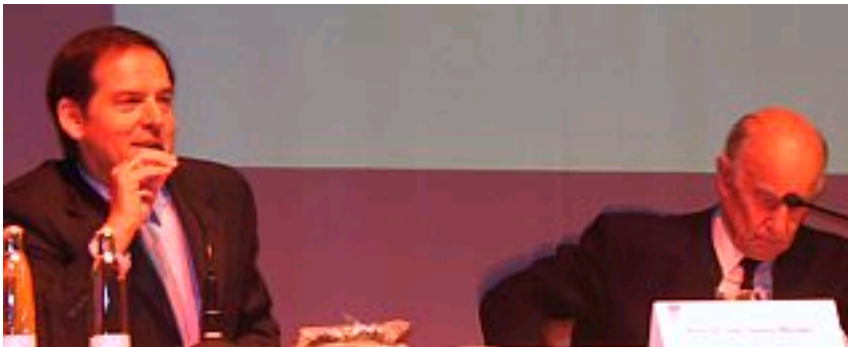


Über 300 Teilnehmer auf der 2. Duroplasttagung

25. November 2002 – Iserlohn (wr) Mit über 300 Teilnehmern aus 19 Ländern – darunter die USA, Japan und Indien – ist am vergangenen Freitag die zweite Duroplasttagung in Iserlohn zu Ende gegangen. Im Vordergrund der Veranstaltung standen praxisorientierte Fachvorträge, die über den Stand der Technik, neue Entwicklungen und innovative Verfahren informierten.

Daneben blieb den Anwendern und Verarbeitern sowie Rohstoff- und Maschinenherstellern auch genügend Zeit für den fachlichen Austausch. Veranstalter der Duroplasttagung war ein Organisationskomitee, dem neben Branchenverbänden die wichtigsten Rohstoff- und Maschinenhersteller angehören. Die Organisation übernahm die Iserlohner Kunststoff-Technologie GmbH (ISK).

Durch die Vortragsreihe im schmucken Parktheater Iserlohn führte Prof. Dr.-Ing. Paul Thienel von der Fachhochschule Südwestfalen. Als ersten Referenten begrüßte er seinen ehemaligen Doktorvater Prof. Dr.-Ing. Georg Menges. Das „Fossil der Kunststofftechnik“, wie sich der langjährige Leiter des Instituts für Kunststoffverarbeitung in Industrie und Handwerk an der RWTH Aachen vorstellte, sprach über Prognosen für die Kunststofftechnik mit Ausblick auf die Duroplaste. „Sie leben in einer Nische, die einigermaßen erfolgreich ist – seien Sie froh darüber“, rief er den Tagungsteilnehmern zu.



Professor Paul Thienel (links) führte durch die Tagung, sein ehemaliger Doktorvater Professor Georg Menges hielt den Eröffnungsvortrag (Foto: K-ZEITUNG)

18 weitere Vorträge befassten sich mit den technologischen Abläufen von der Formmasse über die Verarbeitungsverfahren und die Produktion bis zum Endverbraucher. Dafür konnten Vertreter von so namhaften Unternehmen wie Bakelite, Perstorp, Battenfeld, Krauss-Maffei, Bosch und Ford gewonnen werden.

„Erfolgsfaktor Duroplast: Technologie – Wirtschaftlichkeit – Zukunft“ lautete das Motto des internationalen Branchentreffens. Mit ihrer Tagung wollen die Veranstalter erreichen, dass die Öffentlichkeit mehr über den Werkstoff mit ihrer Meinung nach hervorragenden Basiseigenschaften erfährt. Bei der aktiven Vermarktung der Vorzüge von Duroplasten sind allerdings vor allem die Unternehmen gefragt, die sich mit der Kommunikation nach außen bisher eher schwer getan haben.