

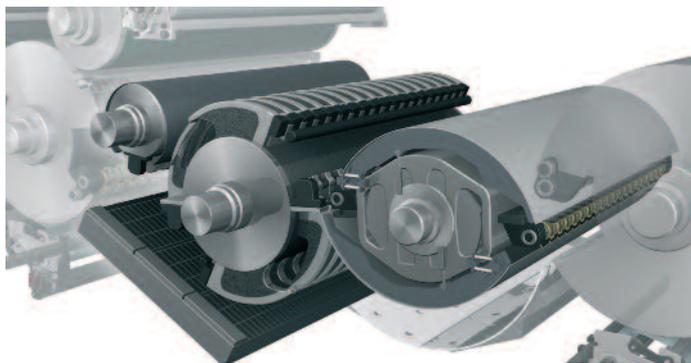
Heidelberg Speedmaster XL 105

18.000 BOGEN IM WENDEBETRIEB

Zur drupa stellt Heidelberg die Speedmaster XL 105 mit einer Geschwindigkeit von 18.000 Bg/h im Wendebetrieb der Öffentlichkeit vor. Die Maschine sei für Drucker geeignet, die eine schlanke industrielle Produktion umsetzen wollen. Die Auslieferung der ersten Serienmaschinen ist für Juli 2012 vorgesehen. Damit erweitert Heidelberg das An-

gebot in der sogenannten »Peak Performance Class« für Druckereien, die über 40 Millionen Bogen im Jahr produzieren. Bisher wurde diese Maschine mit bis zu 15.000 Bg/h angeboten. Durch »One Pass Productivity« – einmal durch die Maschine und fertig – mit hoher Automation wird nach Angaben von Heidelberg eine wirtschaftliche Produktion erreicht. Anwender könnten mit dieser Hochleistungsmaschine mehr Produktionskapazität bei gleichbleibenden Personalkosten erreichen oder ihren Maschinenpark verschlanken und erhielten mit weniger Kosten die gleiche Kapazität.

Gegenüber der bisher produktivsten Wendemaschine, der Speedmaster XL 105-P mit 15.000 Bg/h steigert die neue Maschine die Produktivität um bis zu 20%. Die hohen Produktionsgeschwindigkeiten im Wendebetrieb werden bei der XL 105 durch mehrere technologische Neuheiten erreicht. Heidelberg verweist dabei auf ein neues



Das neue Wendekonzept bei der Speedmaster XL 105 umfasst eine verbesserte Wendetrommel mit einem neuen Zangengreifersystem, das die Haltekraft verstärkt und einen exakten Wendepasser garantiert.

Wende- und Auslegerkonzept sowie eine angepasste Bogenführung. Eine modifizierte Speichertrommel und die verbesserte Wendetrommel mit einem neuen Zangengreifer-System erhöhen die Haltekraft und garantieren einen exakten Wendepasser. Der Ausleger wurde mit einem Verlängerungsmodul ausgestattet, in dem sich zudem der neue CleanStar befindet, der eine effiziente Puderabsaugung vornehme und die Puderbelastung im Maschinenumfeld auf ein Minimum reduziert. Über drei Parameter – Bedruckstoffstärke, Länge und Breite des Bogens – kann der Drucker die komplette Maschine über den Leitstand Prinect Press Center einstellen.

➤ www.heidelberg.com

HALLE 1

Heidelberger Druckmaschinen

NEUE BOGENOFFSETDRUCK-BAUREIHE SPEEDMASTER SX

Heidelberg stellt die neuen Speedmaster SX-Modelle vor und verbindet damit die Technologien der XL-Klasse mit der Plattform der Speedmaster SM zu einer neuen Leistungsklasse. Schwerpunktmäßig ist dieses Angebot für den Werbedruck optimiert und richtet sich an Kunden, die die Produktivität weiter steigern wollen. Der optimierte Bogenlauf, die verstärkten Seitenwände des Druckwerks sowie die Zylinderlager und das Greifersystem aus der XL 105 sind die Basis für die Fortdruckgeschwindigkeit von bis zu 14.000 Bg/h. Die Speedmaster SX-Modelle bieten eine breite Konfigurationsvielfalt mit Lackwerk, Wendeeinrichtung und zusätzlichen Ausstattungsoptionen, die von der automatischen Wascheinrichtung bis hin zu Farbmessgeräten reicht. Darüber hinaus werden die SX-Modelle mit dem Leitstand Prinect Press Center mit prozessorientierter Bedienung Intellistart, die den optimalen Prozessablauf für den Auftragswechsel ermittelt und durchführt, ausgestat-



tet. Die Software Color Assistant Pro soll für die automatisierte Überwachung der Farbkastenfolie sorgen, kalibriert die Farbzonen und passt selbstlernend die Kennlinien an. Eine neue Oberflächentechnologie für die austauschbaren Zylindermäntel für Druck- und Umföhrzylinder, PerfectJacket Blue und TransferJacket Blue, sollen längere Standzeiten und verlängerte Waschintralle bieten. Verfügbar sind die Speedmaster SX 52 und SX 74 Modelle ab sofort, die Speedmaster SX 102 wird ab September ausgeliefert.

➤ www.drupa.heidelberg.com | **HALLE 1**

Heidelberg-Halle 1

KOMPLETTER STAND WIRD CO₂-NEUTRAL GESTELLT

Der komplette Messeauftritt von Heidelberg wird klimaneutral gestellt: die CO₂-Emissionen für sämtliche Prozesse und Materialien werden kompensiert. Dies gilt für das Projektmanagement, die Logistik inklusive Auf- und Abbau der Maschinen, deren Betrieb sowie die An- und Abreise der Mitarbeiter einschließlich ihres Aufenthalts vor Ort. Weitere Parameter für die CO₂-Berechnung des Messestands sind die eingesetzten Verbrauchsmaterialien wie Papier und Farbe sowie die Energie für die Messtechnik und für den Betrieb der Maschinen.



Lesen Sie mehr über die Neuheiten im Bereich Print in unserer aktualisierten drupa-Vorschau im Internet: www.druckmarkt.com.

DER SCHLAUMACHER

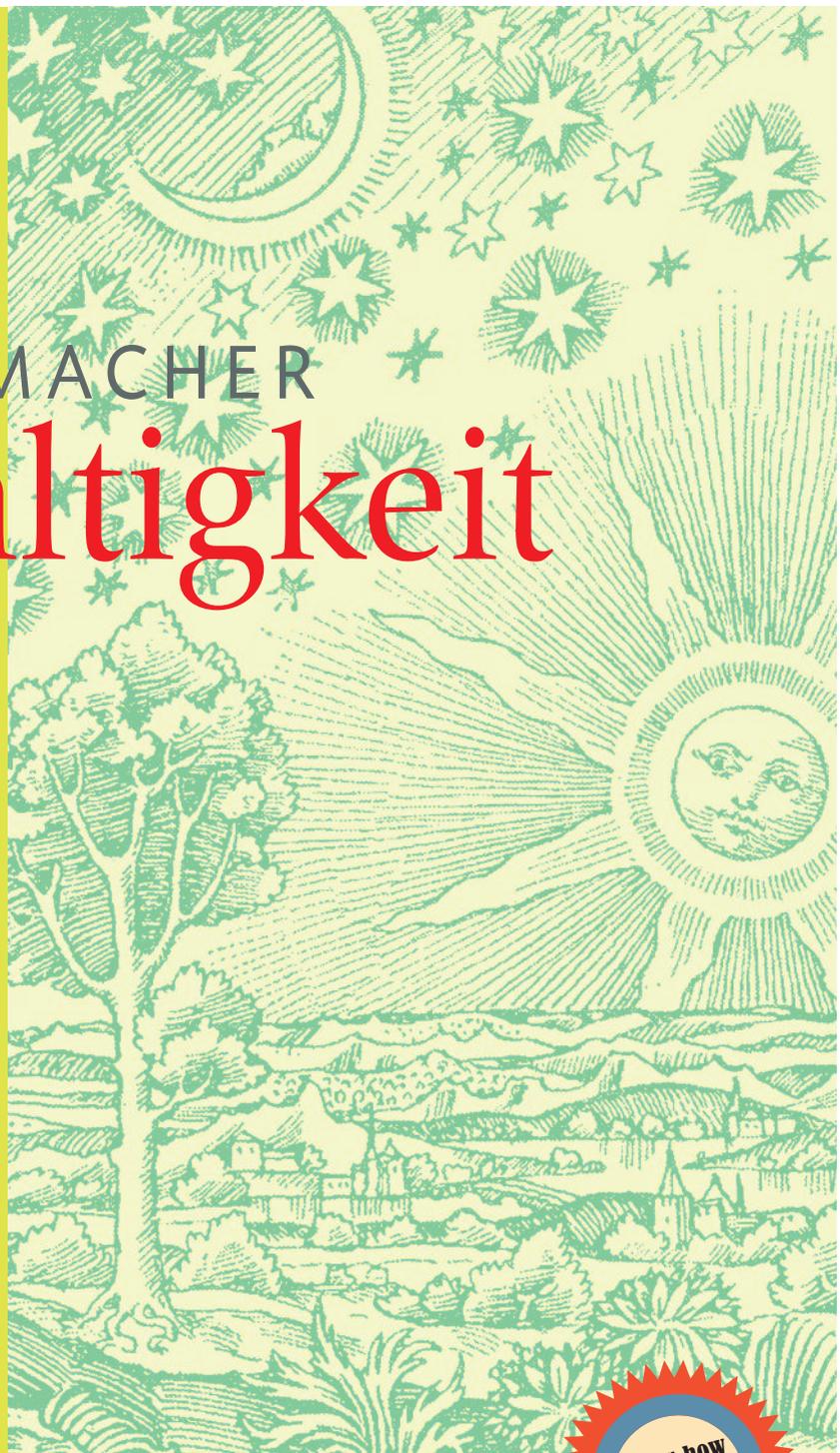
Nachhaltigkeit

Die Verschwendung von und der unachtsame Umgang mit Ressourcen hat ein erschreckendes Maß angenommen. Deshalb ist die konsequente Ausrichtung auf nachhaltige Aspekte auch in der Medienproduktion notwendig. Dabei können Auftraggeber und Drucker ihrer humanen und gesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden und wirtschaftlich davon profitieren. Schließlich vermeidet ökologische Produktion Fehler, Doppelarbeiten und unnötigen Materialeinsatz, reduziert Abfall sowie Entsorgungskosten und spart damit Geld und Zeit.

Es ist also höchste Zeit sich zu vergewissern, was sinnvoll, notwendig und machbar ist, um ökologisch fit und ökonomisch effektiv zu sein. Denn Ökologie ist das Denken über den Tag hinaus, eine Strategie, die mehr umfasst als aktuelle Tagesprobleme. Es ist vor allem auch das Gefühl, den eigenen Entscheidungen und Handlungen einen Sinn zu geben, der nachwirkt – der damit eben nachhaltig ist.



Dossier
Nachhaltigkeit
Nachhaltigkeit muss Teil der Medienproduktion werden. Wie? Das Heft informiert umfassend.
März 2012.
44 Seiten, A4.
19,90 € / 24.90 CHF.



Know-how
aktuell!

Diese und weitere Ausgaben der Druckmarkt Collection sind im Internet zu bestellen:
www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT COLLECTION
www.druckmarkt.com

Im Sprint nach vorn

Ein wahres Innovationsfeuerwerk hat KBA schon vor der drupa bei seiner Kundenveranstaltung im März in Radebeul abgebrannt, unterstrich aber, dass man das Pulver noch nicht verschossen habe. Da kommt zur drupa offenbar noch etwas nach.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay

Doch schon das, was in Radebeul zu sehen war und angekündigt wurde, reicht dicke aus, um KBA Pioniergeist und Ingenieurskunst vom Feinsten zu bescheinigen. Denn auch wenn darüber diskutiert wird, wie viel Innovation der Markt noch verkraften könne, betonte der KBA-Vorstandsvorsitzende **Claus Bolza-Schünemann**, dass KBA an seiner Innovationsorientierung festhalten werde. In diesem Zusammenhang wies KBA-Marketing-



chef **Klaus Schmidt** darauf hin, dass KBA mit seinem Slogan ›Sprinting ahead‹ auch unterstreichen wolle, dass Print im Multimedia-Zeitalter gute Chancen hat. »Als innovativer Druckmaschinenbauer will KBA die Print-Zukunft weiter aktiv mitgestalten. Dies ist einer der Gründe für den Einstieg in den Digitaldruck und die Verknüpfung der digitalen Inkjet-Technologie mit dem analogen Offsetdruck.«



SPRINTING AHEAD Der drupa-Vorhang sei in Radebeul noch nicht komplett gelüftet worden, hieß es bei KBA, doch mit der Vorstellung der neuen Großformat-Baureihe Rapida 145 als Sechsfarben-Anlage für den Verpackungsdruck und einer Achtfarben-Wendemaschine für den Akzidenz- und Magazindruck unterstrich KBA seine Kompetenz in der Jumbo-Klasse. Bei den neuen Großformatmaschinen, die mit 17.000 Bg/h. produzieren, wurden viele Automatisierungskomponenten wie der Einzelantrieb oder der simultane Druckplattenwechsel von der Rapida 106 übernommen. Die Druckleistung der Rapida 106 wurde auf 20.000 Bg/h im Schöndruck und 18.000 Bg/h im Wendebetrieb angehoben. Das KBA-Flaggschiff im Mittelformat wird auf der drupa als 12-Werke-Konfiguration mit beidseitigem Vierfarbendruck und gleichzeitiger Inline-Lackierung für die Vorder- und -rückseite gezeigt. Zu den Neuheiten der Maschine gehören wie bei der Rapida 145 ein neuer Lackturm mit simultanem Lackformwechsel, automatischer



Mit der Rapida 145 stellt KBA auf der drupa seine neue Großformatgeneration vor, die mit 17.000 Bg/h. produziert, und bei der viele technischen Merkmale von der Rapida 106 übernommen wurden.

Rasterwalzen-Wechsel, die weiter optimierte Auslage, neue Module zur Qualitätsüberwachung und -regelung sowie ein ErgoTronic-Leitstand mit Wallscreen wie im Großformat. Die bereits im November 2011 vorgestellte Rapida 105 basiert auf der Rapida 106, hat gegenüber dem Vorgängermodell aber mehr Automatisierungsoptionen und erreicht mit dem HS-Paket eine Druckgeschwindigkeit von 17.000 Bg/h. Zudem ist die Rapida 105 jetzt auch für den 4-über-4-Druck erhältlich.

DIGITAL TRIFFT OFFSET Das eigentliche Highlight bei der Präsentation in Radebeul war aber die Vorstellung der Rapida als Hybrid-Anlage. Die fünf Offset-Druckwerke und der Lackturm wurden durch eine Inkjet-Druckeinheit mit zwei Delta 105iUV-Systemen von Atlantic Zeiser für personalisierte Einzeldrucke und Codierungen ergänzt. Dazu wurde ein bogenführender Zylinder so konstruiert, dass er den Bedruckstoff via Vakuum auf dem Zylinder fixiert (AirTronic Drum), um ein Flattern und Anschlagen des Bogens zu vermeiden. So können die Druckköpfe nahe genug (1 mm Distanz) an den Bedruckstoff gebracht werden. Bis zu acht Inkjet-Köpfe von Atlantic Zeiser können im Druckwerk einer Rapida 105 oder 106 integriert werden und auch lackierte, laminierte, glänzende und nicht saugende Materialien bedrucken.

AUF DER DRUPA werden fünf Bogenoffsetmaschinen im Klein-, Halb-, Mittel- und Großformat (drei davon komplett neu), drei Offsettingationen für den Akzidenz-, Verpackungs- und Zeitungsdruck (zwei davon komplett neu) und die neue Inkjet-Rolle bei KBA gezeigt. Eine im wasserlosen UV-Offset produzierende Fünffarbenanlage Rapida 106 mit Lackturm und eine Genius 52UV sind auf dem Nachbarstand des japanischen Partners Toray Industries zu sehen. Im B2-Format wird die Highend-Anlage Rapida 76 die auf der Ipex 2010 vorgestellte Rapida 75 ergänzen.

➤ www.kba.com | HALLE 16, STAND C47



manroland sheetfed
MIT EINER ROLAND 700
AUF DER MESSE

manroland sheetfed wird die gebuchte Fläche von 2.000 m² mit dem Augsburger Rollenunternehmen teilen. In Produktion zu sehen sein soll eine Achtfarben-Roland 700 mit Sonderausstattung für den Verpackungsdruck. Im Übrigen will manroland über Verpackungslösungen, Akzidenzdruck und sein Print-Value-Programm informieren. Zudem seien tägliche Fahrten in das Print Technology Center nach Offenbach geplant, wo vier Druckmaschinen in allen Formaten zur Vorführung bereitstehen.

➤ www.manroland.com
HALLE 6, STAND D27

manroland web systems
AUTOMATISIERUNG FÜR ZEITUNGEN, MAGAZINE UND WERBEDRUCKSACHEN SOLL WEITERGETRIEBEN WERDEN

Die manroland web systems will in Düsseldorf Entwicklungen für die industrielle Produktion von Zeitungen, Magazinen und Werbedrucksachen präsentieren. Nach den Worten von **Peter Kuisle**, Leiter Vertrieb, Service und Marketing bei manroland web systems, soll der Autoprint-Gedanke auf eine neue Entwicklungsstufe gehoben werden. Danach soll eine Druckanlage künftig vollautomatisch produzieren und sich selbst steuern. Der Drucker überwache dann nun noch den Produktionsprozess und kontrolliere die Qualität. Teil der Philosophie ist das Bedienkonzept ›One Touch‹, das in Zeitungsdruckereien bereits eingesetzt wird und das nun darüber hinaus auch die Illustrationsdrucker ansprechen soll.



Des Weiteren werden Press-Update- und Tuning-Konzepte sowie Neuheiten aus dem Printnet- und dem Printservices-Bereich Themen auf der Messe sein. Zudem sollen die Zeitungsbaureihe Colorman E-Line und die Lithoman S für die 96 Seiten-Heatsetproduktion für Aufmerksamkeit sorgen. Im Bereich Heatset-Rollenoffset können sich die Messebesucher über Maschinenkonzepte wie die Rotoman Hiprint und Rotoman Direct-Drive informieren.

➤ www.manroland.com | **HALLE 6, STAND D29**

PrintCity
KOMPETENZZENTRUM DER PARTNER

PrintCity ist eine inzwischen knapp 14 Jahre existierende Allianz, die nach eigener Definition in den Bereichen Druck, Verpackungs- und Verlagswesen durch ›Connection of Competence‹ tätig ist. Auf der drupa wollen die Mitglieder und Partner wie Baumüller, Cofely, Eltosch, Fujifilm, Kurz, manroland, Megtec, Merck, Metsä Board, Océ, Procemex, Sappi, Sun Chemical, Tolerans, Trelleborg, UPM, Weilburger Graphics und Westland eine Umgebung für Networking und Informationsaustausch bieten. PrintCity bietet darüber hinaus Aktivitäten zum Thema Nachhaltigkeit.

HALLE 6

VOLL Treffer

Immer öfter hört man, dass sich die Unternehmen der Druckindustrie intensiver um Kundenorientierung und Marketing bemühen müssen. Das ist leichter gesagt als getan – denn wo fängt man an und wie weit muss man gehen?

›Druckmarkt‹ hat mit dem Schweizer Marketing-Berater und Fachdozenten Alphonse Hauser das ›Marketing-Glossar‹ konzipiert, das sich mit den Anforderungen der Druckindustrie ans Marketing beschäftigt. Das Glossar erläutert Märkte, Konzepte, den Produkt-, Preis- und Distributions-Mix sowie die Mischung aus Kommunikation, Werbung, Public Relations, Verkaufsförderung und nicht zuletzt Verkauf. Dabei ist das Werk mit zahlreichen Tabellen und aufschlussreichen Illustrationen versehen.



Druckmarkt College
Marketing-Glossar
Alles wichtige zum Thema Marketing: kompakt und kompetent.

180 Seiten, 11,5 x 21 cm.
Preis:
29,00 € / 39,00 CHF

Zu bestellen im Internet im Druckmarkt-Shop.
www.druckmarkt.com