

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay

Der Tiegel der Neuzeit

Ein intelligentes Maschinenkonzept, einfache Bedienbarkeit und eine »Mordsqualität« kennzeichnen die Heidelberger NexPress 2100

HINTERGRUND



Lange hat es gedauert. Aber das Ergebnis rechtfertigt es. Der Markt ist konditioniert.

Die Kunden sind stimuliert. Das »Drumherum« hat einen notwendigen Reifegrad. Und die Perspektiven sind konkreter Natur.

Heidelberg hat endlich seine erste eigene »richtige« Farbdigitaldruckmaschine auf dem Markt. Die NexPress 2100 ist die Synthese aus einem »american-minded« und »german-built« Produkt, denn in der Lösung steckt das Optimale aus beiden Welten. Basierend auf der Definition, was Druckqualität ist und bleiben wird, wurde eine Maschine entwickelt, die so einfach wie möglich zu bedienen und zu pflegen ist und die gleichzeitig so »computerbasiert« ist, wie es nur geht.



Mit der NexPress tritt, wie Beta-tester immer wieder bestätigen, die Tatsache, dass die Maschine »digital druckt«, fast schon in den Hintergrund. Wichtig ist viel mehr, dass sie »digital gesteuert« wird. Sie braucht nicht eine Schnittstelle zum Workflow »vorne«, sie ist Teil des gesamten digitalen Workflows einer Druckerei.

Richard Nixon, Director bei Printflow, London, einem der Anwender, die die NexPress im Rahmen des sogenannten Early Partnership Programms einsetzen, bringt es auf den Punkt: »Mit der NexPress ist es äußerst schwer, Fehler zu machen.« Und dies bezieht Nixon auch ausdrücklich auf das umfassende War-

tungs- und Servicemodell, mit dessen Hilfe Anwender die Maschine selbst warten können.

Anlehnung an den Tiegel?

Was bei den jüngsten Entwicklungen aus dem Hause Heidelberg praktisch unmöglich scheint, dass ein Drucker etwa seine mit Elektronik gespickte Speedmaster selbst reparieren könnte, ist bei der Konzeption der NexPress ins genaue Gegenteil umgekehrt worden. Mit wenigen Handgriffen und in wenigen Minuten lassen sich an der NexPress Standard-Wartungsarbeiten oder gar komplexe Reparaturen vornehmen.

So betrachtet, könnte sich die NexPress 2100 zum »digitalen Tiegel« etablieren, dem Nachfolger des legendären Hochdruck-Tiegels, der Jahrzehntlang und bis heute für den Druck kleiner Drucksachen seinen Dienst tat und von den Druckern gehegt und gepflegt wurde.

Ob die »Heidelberger« derartige Erwartungen an ihr neues Produkt knüpfen, sei einmal dahingestellt. Zumindest aber ist die neue Farbdigitaldruckmaschine für Heidelberg ein zentrales Element ihrer Strategie, im Digitaldruck eine führende Rolle übernehmen zu wollen. Auf fremden Terrain befindet sich Heidelberg dabei nicht, denn mit dem seit 1999 auf dem Markt etab-



Die NexPress 2100 ist robust wie eine Druckmaschine konstruiert – angefangen vom massiven Stahlrahmen bis zu den Präzisionslagern der Druckwerke. Jede einzelne Komponente ist so ausgelegt, dass sie höchsten Belastungen standhält. Im Bild links die integrierte Wendeeinrichtung der Papierbogen.

Die patentierte NexPress DryInk weist besondere thermische Eigenschaften auf. Während sie bei Raumtemperatur ein trockenes Pulver ist, besitzt sie bei höheren Temperaturen in der Fixiereinheit das Fließvermögen einer Flüssigkeit. So kann sich die DryInk wie Flüssigtoner auf dem Papier verteilen, wodurch eine Anmutung wie im Offsetdruck entsteht.

NEXPRESS-BACKGROUND: EIN KIND AUS GUTEM HAUSE

»Wir werden die Zukunft des Drucks revolutionieren«, versprochen die Heidelberger Druckmaschinen AG und die Eastman Kodak Company anlässlich der Ankündigung ihres Joint Ventures auf der Print '97. Wolfgang Pfizenmaier, President von Heidelberg Digital LLC und Vorstandsmitglied der Heidelberger Druckmaschinen AG, und Venkat Purushotham, President und CEO von NexPress Solutions LLC, stellten die Entwicklung einer digitalen Farbdrucklösung in Aussicht, die neue Maßstäbe in Sachen Verfügbarkeit, Zuverlässigkeit, Druckqualität und Konstanz setzen würde. Jetzt wurde die Maschine für den Verkauf freigegeben. »In nur vier Jahren haben wir unser Versprechen eingelöst, ein Farbdrucksystem herzustellen, das die Stärken einer Druckmaschine mit der Flexibilität des Laserdrucks verbindet,« sagte Venkat Purushotham bei der Vertriebsfreigabe im September auf der Print 01 in Chicago.



Die 1998 gegründete NexPress hat sich das ehrgeizige Ziel gesetzt, mit Hilfe der Erfahrungen der »Eltern« Kodak und Heidelberg in fünf Jahren zu einem der weltweit führenden Anbieter von digitalen Farbdrucklösungen zu werden. Aufgabe des Unternehmens ist es, Lösungen und Verbrauchsmaterialien für den digitalen Druck zu entwickeln, herzustellen und zu vermarkten. Die Gründung des NexPress Joint Ventures durch Heidelberg und Kodak war eine strategische Entscheidung beider Firmen, um mit einem relativ kleinen und unabhängigen Unternehmen eine Digitaldruckmaschine zu entwickeln, die jedes Unternehmen für sich allein wohl nicht erfolgreich hätte durchführen können. Bei der Vermarktung dagegen profitiert NexPress von der Erfahrung und den guten Namen von Heidelberg und Kodak, beide weltweit anerkannt für Qualität und Zuverlässigkeit.

NexPress ist in drei Geschäftsbereiche unterteilt. Der Bereich Color Business entwickelt und vermarktet digitale Lösungen für den Farbdruck, der Bereich Materials und OEM Supplies Business stellt Verbrauchsmaterialien für den digitalen Druck her. Der dritte Geschäftsbereich, Black-and-White Business, verantwortet das Marketing der von Heidelberg Digital entwickelten und produzierten Schwarzweiß-Drucksysteme. NexPress beschäftigt weltweit über 800 Mitarbeiter. In Rochester (New York, USA) befindet sich der Hauptsitz und ein Entwicklungszentrum mit rund 500 Mitarbeitern. In Europa unterhält NexPress ein Forschungs-, Entwicklungs- und das Produktionszentrum in Kiel, die europäische Marketingzentrale in Heidelberg und eine Produktionsstätte für Verbrauchsmaterialien im englischen Kirkby. NexPress entwickelt die Maschine, lässt die Maschine von Heidelberg in Kiel produzieren (wo auch in den USA hergestellte Komponenten in die Maschine eingebaut werden) und »verkauft« das fertige Produkt an die Heidelberger Vertriebsorganisation zur Vermarktung. Ein auf den ersten Blick kompliziertes Gebilde, das aber durchaus Sinn macht. Denn die Stärken von Heidelberg liegen unbestritten im Bau von Druckmaschinen. Und die zu Heidelberg gehörende Vertriebsorganisation gehört zu den schlagkräftigsten weltweit.

lierten Digimaster 9110 Schwarzweißsystem kann das Unternehmen bereits auf erhebliche Erfolge verweisen. Immerhin hat Heidelberg nach Aussage von Heidelberg-Vorstand und Chef des Unternehmensbereiches Heidelberg Digital, Wolfgang Pfizenmaier, zusammen mit den OEM-Partnern Canon, Danka und IBM von dieser Maschine in zwei Jahren rund 2.500 Systeme im Markt installiert.

Dabei unterscheiden sich die Zielgruppen für die Digimaster und die NexPress nur unbedeutend. Einsatz finden die Maschinen vor allem bei Dienstleistern aus den Bereichen Digitaldruck, Vorstufe, Druck und Verlagswesen. Die bisher erfolgten Verkäufe der NexPress (70 in den USA und rund 10 in Deutschland und der Schweiz) spiegeln die Zielgruppe wieder. »Die Kunden kommen aus allen Segmenten, es gibt keinen besonderen Schwerpunkt.« so Pfizenmaier.

Eine Digitaldruckmaschine als Bestseller?

Dennoch erschließt sich Heidelberg mit der NexPress ein Marktsegment, in dem das Unternehmen bisher nicht vertreten war. Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg, sehr selbstbewusst: »Die wachsende Nachfrage nach bedarfsgerechten Druckerzeugnissen sowie das 1:1-Marketing werden diese Druckmaschine zum Bestseller machen.«

Damit dürfte Schreier Recht haben. Die NexPress hat das Zeug zum Bestseller, denn sie wird dem Digitaldruck-Markt insgesamt einen neuen Schub geben, der in letzter Zeit zumindest emotional fehlte. Und das aus dreierlei Gründen. Erstens hat Heidelberg die Power und Möglichkeiten, für den digitalen Druck die Trommel zu rühren. Zweitens werden Unternehmen, die schon bisher digital gedruckt haben, aufgrund der überzeugenden Qualität der NexPress im A3-Bereich auf diese Maschine umsteigen; zumal die meisten Maschinen vorangegangener Generationen abgeschrieben sind. Dazu kommt, dass viele am Digitaldruck interessierte Unternehmen offensichtlich darauf gewartet haben, dass die Maschine »endlich« marktreif ist.

Kraftvoller Vertriebsstart

So interessierten sich beim Vertriebsstart der NexPress in Deutschland und der Schweiz gleich 1.100 Besucher für die Maschine. Und sechs Kunden entschieden sich an Ort und Stelle für die NexPress. Bis Ende des Jahres will Heidelberg in Deutschland und der Schweiz über zehn Maschinen installieren. Heidelberg bietet ein Einstiegspaket für 420.000 € an, das die Maschine, Verbrauchsmaterialien, Austauschkomponenten, Installation, Netzwerkintegration, Schulung und ein mehrtägiges Digitaldruckseminar beinhaltet.

