

Pressemitteilung 32/2008

Punktlandung zur Fakuma

Weltpremiere neuer Antriebstechnologie von BOY

Mit der Präsentation der neuen E-Baureihe zur diesjährigen Fakuma traf BOY punktgenau das Fakuma-Leitthema und damit die Notwendigkeit zur verstärkten Energieeffizienz.

Der servomotorischen Pumpenantrieb der bei der BOY 55 E auf dem BOY-Messestand zu sehen war, regelt die Förderleistung der Hydraulikpumpe drehzahlvariabel. Dabei kommt eine Außenzahnradpumpe zum Einsatz.

Während die bisherigen elektronisch geregelten Verstellpumpen von einem Asynchronmotor angetrieben werden (und Fördermenge und Druck über interne Verstellglieder regeln), verlagert der servomotorische Pumpenantrieb die Druckregelung in einen Umrichter. Dieser regelt präzise und äußerst dynamisch den erforderlichen Druck drehzahlvariabel. Nur dann wenn Pumpenleistung benötigt wird, dreht sich der Servomotor. Und dies mit genau der für die abgerufene Fördermenge notwendigen Drehzahl.

Ansonsten steht der Motor still und verbraucht keine Energie. Die Wiedereinschaltung erfolgt verzögerungsfrei und mit hohem Wirkungsgrad.

Die dabei erzielten Energieeinsparungen betragen rund 50 %. Es werden die Werte von elektromechanisch angetriebenen Maschinen erreicht ohne deren Nachteile, wie Verschleiß, hohe Anschaffungs- und Ersatzteilkosten, hohe Anschlusswerte, etc. zu haben.

Der servomotorische Pumpenantrieb gibt nur noch wenig Wärme an das Öl ab. Die Kühlenergie reduziert sich dabei auf ein Minimum. Die neue Antriebstechnologie arbeitet 20 % leiser und ist 10 % schneller und dynamischer. Die relativ geringen Mehrkosten dieser Investition amortisieren sich in kürzester Zeit.

Der Messeauftritt des mittelständischen Unternehmens stand ganz im Zeichen des Leitthemas Energieeinsparung. „Die zahlreichen Besucher auf unserem Messestand zeigten sich begeistert von der neuen Antriebstechnologie und den hohen Einsparmöglichkeiten die wir zu bieten haben“ so Carl Schiffer, Geschäftsführenden Gesellschafter von BOY. Neben der E-Baureihe (mit den Spritzgießautomaten BOY 55 E und BOY 90 E) präsentierte der Hersteller von Spritzgießautomaten im Schließkraftbereich unter 1.000 kN interessante Anwendungen mit hohem Einsparpotenzialen.

Weitere BOY-Highlights

Den neuesten Stand der Steuerungstechnik zeigte BOY mit der dreifach patentierten Steuerung Procan ALPHA[®]. Verschiedene Möglichkeiten des Datentransfers zu Zentralcomputer oder Mobiltelefon, die diese Steuerung bietet, wurden den Besuchern eindrucksvoll demonstriert. Die einfachen übersichtlichen und textarmen Bildschirmseiten mit einprägsamen Symbolen ermöglichen eine schnelle und intuitive Bedienung über das 15“ Full-Touch-Display der Procan ALPHA[®].

Besonders herausgestellt hat BOY das angusslose Spritzgießen auf allen Exponaten des BOY-Messestandes. Hier - so die Aussage von Bernd Fischer, BOY-Bereichsleiter Anwendungstechnik und Service - bestehe für den Anwender ein hohes Maß an Einsparpotenzialen, die auch ohne den

Einsatz aufwändiger Technik nutzbar seien. Eine BOY 90 M, belegte dies beispielsweise durch die Verwendung einer hydraulisch betätigten Nadelverschlussdüse vom Typ BC bei der Produktion von Frisbee-Scheiben. Beim Angusslos-Spritzen muß kein Material für den Anguss aufgeschmolzen werden, d.h. es wird weniger Strom und Kühlleistung benötigt. Ebenso entfällt der energie- und arbeitsaufwändige Prozess des Handlings inklusive etwaiger Nacharbeit am Spritzling. Auch auf eine Regranulierung und Wiederverwendung des Mahlguts kann durch den Entfall des Angusses verzichtet werden.

Drei weitere BOY-Spritzgießautomaten mit interessanten Anwendungen auf den Ständen von Partnerunternehmen rundeten der erfolgreichen Messauftritt von BOY auf der gut besuchten Fakuma ab.

Ausblick

„Mit unseren Messexponaten haben wir das aktuelle Thema der Energieeffizienz sehr genau getroffen. Die gute Frequentierung unseres Messestandes und der gute Zuspruch bestätigen dies. Insbesondere gelang es uns viele Nichtkunden von den Vorteilen unserer Technologien zu überzeugen“ lautet das Messes Fazit von Klaus Geimer, Bereichsleiter Vertrieb und Marketing.





Fotos:> BOY-Messestand auf der Fakuma; im Vordergrund die neue BOY 55 E