



MH

MAGAZÍN HEIDELBERG

Vydáván od roku 2000

Vydání č. 62 – 1.2020

TECHNOLOGII LED UV ŘÍKÁM ANO

JAROSLAV HRADIL, TISK CENTRUM S. R. O.

NOVÝ SPEEDMASTER 2020 S UMĚLOU INTELIGENCÍ

DALŠÍ ÚROVEŇ DIGITALIZACE

ÚSPECH OBCHODU SPOČÍVA V SYNERGIÁCH

SLOVENSKÝ TRH OČAMI LUBOŠA BEKA

HEIDELBERG



20

S Prinect Production Manager můžete i vy přejít na moderní tiskovou výrobu odpovídající digitálnímu věku.

12

O zkušenostech s LED UV technologií, o přístupu k zákazníkům, o budoucích plánech i sportu jsme si popovídali s Jaroslavem Hradilem z TISK CENTRA s. r. o.



36

S Ľubošom Bekom sme prebrali aktuálny vývoj slovenského polygrafického trhu a aké na ňom vidí príležitosti.

32

Speedmaster nové generace 2020 nabízí celou řadu inovativních vlastností. Přečtěte si, na co se můžete těšit.



1.2020

OBSAH 62

ROZHOVOR

- 12 Technologie LED UV říkám ano**
Rozhovor s Jaroslavem Hradilem, jednatelem společnosti TISK CENTRUM s. r. o.
- 30 Trh se uklidní a uvědomíme si, že cash is king**
Rozhovor s investorem a analytikem Františkem Bostlem ze žebříčku Forbes 30 pod 30.
- 36 Úspěch obchodu spočívá v synergiích**
Rozhovor s Ľubošom Bekom, Sales Manager Heidelberg Slovensko, s. r. o.

TRENDY & TRH

- 4 Úvodní slovo Martina Prouzy**
Martin Prouza, jednatel společností Heidelberg ČR a SR, zhodnotil aktuální situaci.
- 6 Anketa**
Jak koronavirová krize zasáhla polygrafické firmy a jejich byznys plány?
- 26 Trh s použitými stroji roste**
Proč byste neměli podceňovat trh s použitými stroji, který stále sílí.
- 46 Z STUDIO s Heidelbergem do B1**
Příklad z praxe, kdy tiskárna roste díky vhodným investicím nejen do technologií.

TECHNOLOGIE

- 8 Místo, kde se rodí inovace budoucnosti**
Jak vypadá nejpokročilejší výzkumné středisko.
- 20 Tisková výroba v digitálním věku**
Workflow Prinect jako nástroj digitalizace celé tiskárny.
- 23 Totální automatizace řezání**
FINIDR se systémem Polar N 137 PACE.

28 Prodejem stroje naše péče o zákazníka nekončí

Udělejte si přehled v servisních smlouvách společnosti Heidelberg.

32 Nový Speedmaster 2020 s umělou inteligencí

Jakými novinkami se pyšní Speedmaster 2020?

44 Remote Service

Jak funguje servis na dálku?

OBALY & ETIKETY

40 Gallus Labelmaster 3× jinak

Zkušenosti zákazníků se stroji Labelmaster.

43 Rýžový obal na rýži

Dá se vymyslet zajímavý obal na rýži?

ZAJÍMAVOSTI

24 Cirkulární ekonomika s růžovým nádechem

O růžových kolech mířících do budoucnosti.

35 matérie Prague

Centrum pro inovativní materiály.

39 Vstříc inovacím

Proč byste se neměli bránit inovacím?

48 Heidelberg je s vámi za všech okolností

V každodenním kontaktu díky sociálním sítím i v koronavirové době.

50 7 tipů

pro strategický obchodní rozvoj poskytovatelů tiskových služeb podle Keypoint Intelligence.

Magazín Heidelberg č. 62

Datum vydání: září 2020

Vydavatel: Heidelberg Praha spol. s r. o.

Šafránkova 1243/3, 155 00 Praha 5

IČ: 40765580

e-mail: marketing.cz@heidelberg.com

Vydáváno v České republice

ISSN 1803-1722

MK ČR E 23824

Vytištěno technologií LED UV na stroji Speedmaster XL 106-8.

Sociální sítě

 [heidelbergCZSK](https://www.facebook.com/heidelbergCZSK)

 [heidelbergczsk](https://www.instagram.com/heidelbergczsk)

 [Heidelberg CZ & SK](https://www.youtube.com/HeidelbergCZSK)



V

ážení a milí čtenáři Magazínu Heidelberg,

možná jsme si mysleli, že už víme vše, a nic by nás nemělo překvapit. A najednou, z ničeho nic, přišlo něco, co patrně nikdo nečekal. Téměř ze dne na den došlo k vypnutí ekonomiky po celém světě. Nemůžeme se tedy divit, že nás to tak trochu vychýlilo

z rovnováhy, a to navzdory tomu, že naše generace již ledajakou změnu a ztrátu zavedených pořádků zažila. Máme za sebou dobu, kdy kdokoli mohl dělat cokoli a polygrafie byla zlatý důl. Tisklo se vše. Měli jsme pocit, že ten boom nikdy neskončí. Pak ale přišel Steve Jobs a se slovy „dost bylo tisku, tady



máte iPhone“ přerušil nadvládu tisku, která trvala neuvěřitelných 560 let! A k tomu se ještě přidala první novodobá ekonomická krize 21. století. Poprvé jsme si museli uvědomit, že žádný strom neroste až do nebes a že kapitalismus není jen pozlátko, ale také drsný diktát trhu. Byl to šok, ale většina z nás se

s tím poprala. Následně přišel opět ten pověstný blahobyť, který nás nechal klidnými, i když se místy začaly objevovat hlasy, že další krize je již za dveřmi. Hodnoty, na kterých byla celá západní společnost vystavěna, se nám pomalu začaly hroutit pod rukama a ti bystřejší z nás očekávali „něco“. Nakonec to přišlo v podobě pandemie COVID-19, tedy něčeho, s čím jsme se v novodobých dějinách nesetkali.

„Náš obor byl zasažen a není moc prostoru pro optimismus. Firmy se musí chovat obezřetně a měly by velmi dobře promýšlet další kroky.“

Jak si tedy nyní stojíme? Nikdo neví, co se bude dít. Komunikujeme s našimi zákazníky a ti jsou nervózní a nejistí, protože náš obor je zcela závislý na kvalitě naší, potažmo celoevropské ekonomiky. Když ekonomika nebude fungovat, nebude se tisknout. Bohužel se dá očekávat, že polygrafii těžké časy teprve čekají. Během první vlny omezení dobíhaly nasmlouvané zakázky, řada firem využila statní pomoci a domluvily si odklady leasingů. Takže to mnohé ustály bez větších potíží. A jak to bývá u krizí, silní z ní vyjdou ještě silnější, ale ti, co fungují na hraně, ti na to většinou doplatí. Nikdo netuší, co přijde, což může s ekonomikou ještě hodně zamávat. Už teď vidíme, že periodika snižují své náklady a omezují své rozsahy. Stejně tak se omezil cestovní ruch na minimum, a ten je zásadně provázán s polygrafickým průmyslem. Náš obor byl zasažen a není moc prostoru pro optimismus. Firmy se musí chovat obezřetně a měly by velmi dobře promýšlet další kroky.

Nevníme ale vše pouze negativně. Většina z nás si v důsledku aktuálních událostí uvědomila, že ten blázeňec, ve kterém jsme se pohybovali posledních 30 let, možná není jediný způsob, jak žít. Jsou i jiné hodnoty, které bychom měli vnímat. A dost možná to řadu z nás posílilo do dalších dnů, protože jsme si uvědomili, že i když máme pocit, že už nás opravdu nemůže nic překvapit, tak přijde něco, co nás vrátí zpátky na zem a donutí nás pokorně naslouchat. Nechme si tedy v sobě alespoň zčásti ten pocit pokory a bojujeme dál! ■

Martin Prouza

Jednatel společnosti

Heidelberg Praha spol. s r. o. a Heidelberg Slovensko, s. r. o.

ANKETA

Jak koronavirová krize zasáhla vaše podnikání a jak ovlivnila vaše byznys plány a strategie pro blízkou budoucnost? Na tuto zdánlivě jednoduchou otázku jsme se zeptali šesti společností, protože nás zajímalo, jak se české a slovenské firmy popasovaly s bezprecedentní situací posledních měsíců, která měla dopad také na polygrafický trh.



Dušan Převrtil
výrobně technický ředitel
Columbia press, a. s.

Koronavirus rozbouřil hladinu i v našem oboru. Přišlo několik vln od extrémní poptávky po etiketách na dezinfekci a následně prakticky po všech etiketách a obalech v začátcích pandemie, přes potřebu předzásobení při nedostatku materiálu, až po uklidnění a vyčkávání, které nastalo nyní, před prázdninami. Pro nás tato situace znamená, že se na naše předchozí zkušenosti se sezónností poptávky nedá příliš spoléhat, a musíme se rychleji přizpůsobovat nastalé situaci. Zároveň vše samozřejmě promítáme do našich plánů pro blízkou i vzdálenější budoucnost. Přehodnocujeme teď především naše výhledy s ohledem na výpadek některých zákazníků. Tato situace nám zároveň potvrdila, že je moudré mít portfolio složené z více typů výrobků a založené na větším množství menších zákazníků. V tom hodláme pokračovat i nadále.



Jaroslav Drahoš
jednatel a majitel společnosti
FINIDR, s. r. o.

Příchod krize a její způsob prezentace v médiích vyvolaly u lidí obrovský strach. Tato situace pak u nás v tiskárně následně způsobila více než 20% nemocnost, která kvůli následnému zavření hranic s Polskem vyústila, téměř ze dne na den, ve více jak 40% absenci lidí ve výrobě. Březen, duben a květen byly měsíce nesmírně vyčerpávající především na komunikaci. Intenzita, forma a způsob komunikace, kterou jsme zvolili, byla opravdu mimořádná, navíc vedena ve třech jazycích (ČJ, PL, AJ). Chtěl bych poděkovat všem, kteří mi v tom pomáhali. Co se týká strategie, po krátkém zaváhání jsme se rozhodli pokračovat v našich plánech. V tomto období jsme spustili další nové projekty, které jsme úspěšně realizovali ve velmi krátké době. Samozřejmě jsme zavedli také řadu dalších opatření zaměřených na zabezpečení chodu tiskárny, zejména na jejího cashflow.



Peter Sunega
generálny riaditeľ
Neografia, a. s.

Na komplexné hodnotenie koronavírusovej krízy je príliš skoro. Mnohí považujú uvoľnenie opatrení za jej ukončenie. Ekonomická kríza však pokračuje a práve v týchto týždňoch sa začína intenzívnejšie prejavovať. Čím väčší objem výroby firma má a čím viac je medzinárodne previazaná, o to neskôr sa prejaví jej dôsledky, pretože zákazky sa uatvárajú s časovým predstihom. Podarilo sa nám aplikovať niekoľko celoplošných úsporných opatrení, všetci zamestnanci ich solidárne prijali a týmto spôsobom sme sa pripravili na pokles výroby. Očakávame citelný celoročný pokles tržieb, nepredpokladáme znižovanie stavu zamestnancov, no investičné aktivity sme museli pozastaviť. Využívame to však na detailnejšiu analýzu nových technológií a opakované testovanie. Citlivo vnímame aj zmeny spotrebiteľského správania.



Jaroslav Hradil
jednatel
TISK CENTRUM, s. r. o.

Koronavirová krize je jako každá jiná ekonomická krize, projeví se na spotřebě společnosti. Při virové pandemii jsme navíc zasaženi do jisté míry více i psychicky. Společnost mění spotřebitelské návyky, což by pro ni mělo být ve finále lepší. Je dobré si tyto změny uvědomovat a byznys tímto směrem posouvat, orientovat se na okamžité a budoucí potřeby společnosti a zohlednit změny do portfolia svých zákazníků, jakožto se co nejrychleji přizpůsobit vzniklé situaci a aktualizovat svoji nabídku. V naší společnosti se kromě úpravy nabídky a orientace na další segmenty trhu v základní strategii nic nezměnilo. Plány rozvoje udržujeme podle dlouhodobé strategie naší společnosti. Věřím, že nelehkou situaci všichni zvládneme a přispějeme k udržení a rozvoji polygrafie jako takové.



Michal Štěrba
generální ředitel
GZ Media, a. s.

V první fázi jsme stejně jako většina firem řešili především bezpečnost zaměstnanců a zachování kontinuity výroby. V následujících týdnech byl hlavním negativním vlivem pokles zakázkové náplně, kdy jsme museli omezovat výrobu na přibližně polovinu normálního stavu. Jako silná a zdravá firma jsme nepřistoupili k propouštění, a naopak zvýšili kompenzaci zaměstnancům z 60 % na 75 % průměrného výdělku. Naše investiční plány však zůstávají nezměněny. Snažíme se aktivně vyhledávat vhodné investiční příležitosti, které současná doba může přinést.



Leoš Tupec
ředitel
H. R. G. spol. s r. o.

Koronavirová pandemie ovlivnila tiskárnu H. R. G. podobně jako ostatní polygrafické subjekty v Česku. Kvůli nouzovému stavu a praktickému zastavení ekonomiky jsme v dubnu a květnu zaznamenali velký propad zakázek v řádu desítek procent. Mnoho našich klientů z řad hotelů, restaurací, pořadatelů festivalů a různých akcí muselo ze dne na den pozastavit svoji činnost. To se projevilo ve výši našich tržeb. Nic podobného jsme za celou třicetiletou existenci tiskárny nezažili. Nikdo z nás na to nebyl připraven. Od června se vše ale pomalu vrací do normálu. Mám radost, že se nám společně s kolegy podařilo tuto situaci zvládnout. Smekám před každým naším zaměstnancem. Do budoucna vyhlížíme s mírnými obavami. Stále zde existuje strach z omezení české ekonomiky. Na druhou stranu, když jsme zvládli toto krizové jaro, tak zvládneme všechno ostatní.



MÍSTO, KDE SE RODÍ INOVACE BUDOUCNOSTI

Na konci roku 2018 jsme otevřeli nejmodernější výzkumné středisko pro polygrafický průmysl – tzv. Innovation Center. Toto inovační centrum jsme vybudovali v našem sídle Wiesloch-Walldorf, v prostorech bývalé montážní haly. V současnosti v tomto think tanku pro polygrafickou budoucnost pracuje více než 1 000 vysoce kvalifikovaných pracovníků včetně 750 inženýrů a vývojářů.



h

Heidelberg jako nejinnovativnější společnost v oboru si chce své vedoucí postavení v oblasti technologií dlouhodobě udržet. K tomu by mělo pomoci právě nové Innovation Center.

Heidelberg je jedním z klíčových hráčů, kteří pomáhají digitální transformaci celého našeho odvětví. Důkazem, že se nejedná o pláňé řeči, ale fakta, budiž i umístění v žebříčku nejinnovativnějších firem, který pravidelně vydává německý ekonomický deník Handelsblatt. Ten v rámci Německa zařadil Heidelberg na 23. místo absolutně a v oboru polygrafie označil Heidelberg jako vůbec nejinnovativnější firmu. Jedním z hlavních kritérií tohoto žebříčku je počet přihlášených patentů. Heidelberg jich ročně přihlašuje přibližně 80, přičemž 60 % se týká inovací v oblasti digitalizace. Celkově má společnost Heidelberg již přihlášeno 3 400 patentů.

Kanceláře budící inovačního ducha

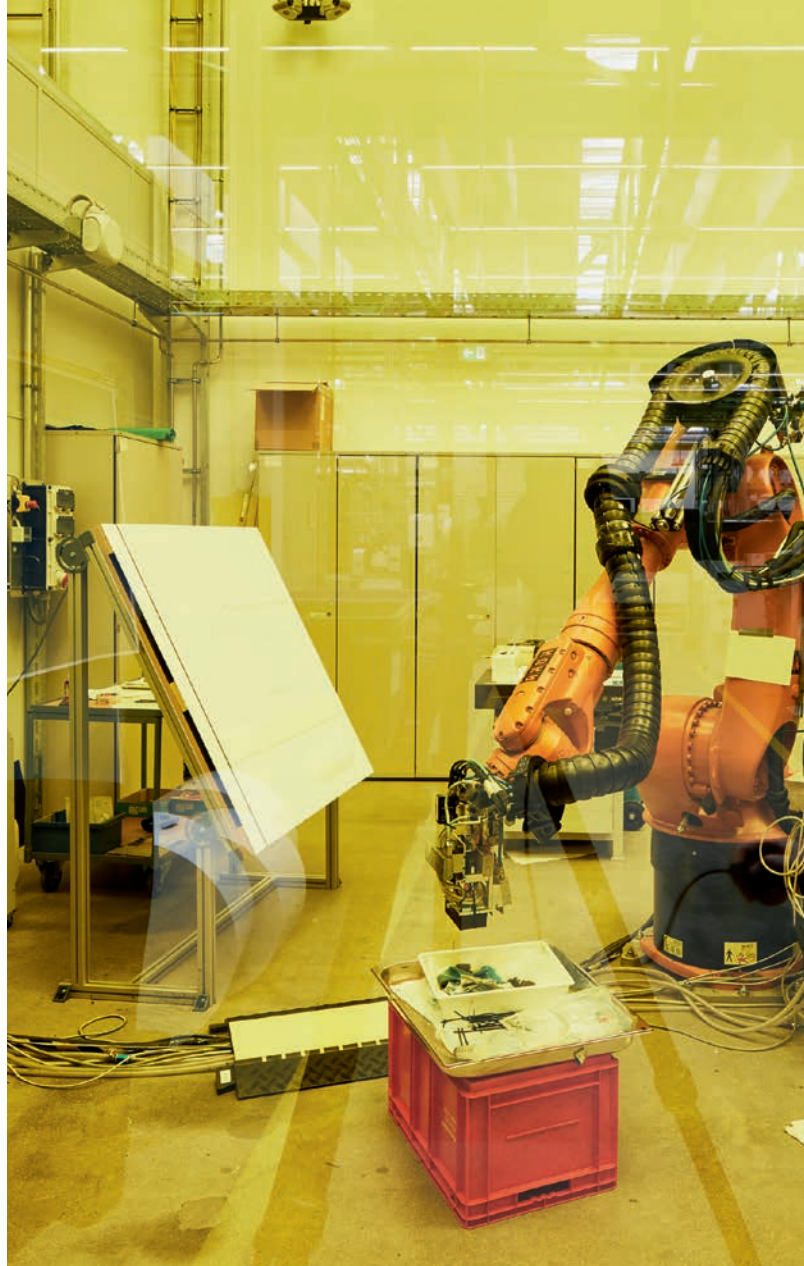
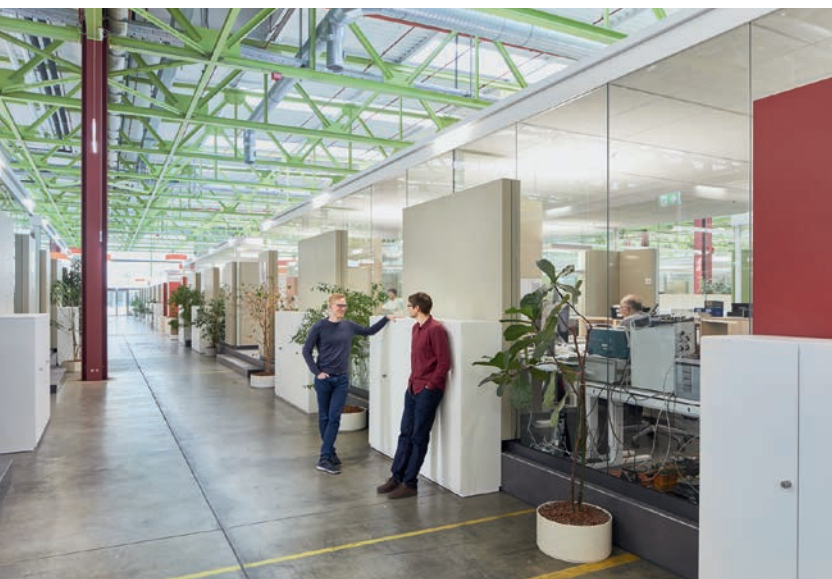
Na rozloze 40 000 m² se nachází 43 laboratoří a testovacích center společně s kanceláři, kterým dominuje sklo. Podle Franka Kroppa, vedoucího výzkumu a vývoje, prosklené kanceláře vytvářejí

pocit sounáležitosti a podporují komunikaci. „Chtěli jsme minimalizovat bariéry, a zároveň umožnit vytváření flexibilních pracovních podmínek pro týmy. Individuální řešení problémů na vlastním stole už nefunguje, odvětví se stalo příliš složitým a dynamickým.“ Frank Kropp si také velmi chválí neustálou komunikaci s kolegy: „Otevřené kanceláře podporují vzájemnou komunikaci. Naše krátké diskuze nám pomáhají dosáhnout rych-

Prosklené kanceláře, které jsou po celém Inovačním centru, vytvářejí pocit sounáležitosti a umožňují neustálou komunikaci i soustředěnou práci.

V Inovačním centru se podařilo vytvořit ideální prostředí pro vývoj a důkladné testování hardwarových i softwarových prvků všech zařízení a řešení Heidelberg.

Jedna z celkem 43 laboratoří. Elektronická laboratoř analyzuje elektrické, magnetické a elektromagnetické emise z komponentů pro stroje Heidelberg.



› lejšího pokroku a také výrazně poklesl objem e-mailů.“

Od fáze plánování po výstavbu centra uběhly 3 roky. Inovační centrum je umístěno přímo v srdci výrobního závodu. Působí jako spojka mezi výrobními halami a Print Media Center, kde jsou technologie předváděny zákazníkům. V Inovačním centru se podařilo vytvořit ideální prostředí pro vývoj a důkladné testování všech hardwarových i softwarových komponentů strojů i materiálů. Jsou zde například laboratoře pro testování barev, pro kontrolu optiky a nechybí ani testovací centra pro simulaci různých podmínek provozních prostředí, od arktických po tropické.

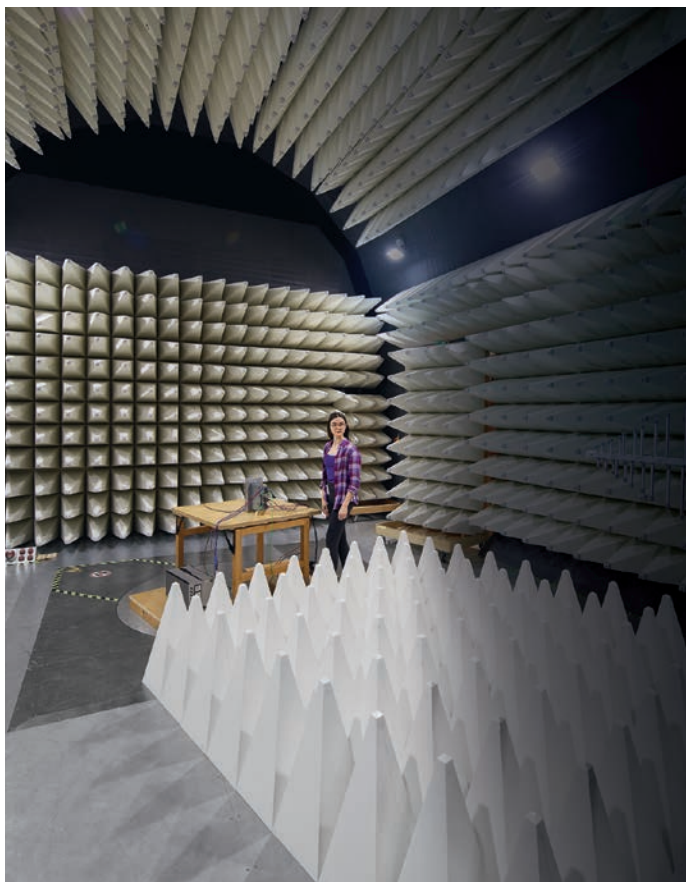
Inovace s přidanou hodnotou

Inovační centrum ale neslouží jen k výzkumu a vývoji a optimalizaci výroby. Výrazně také posiluje spolupráci se zákazníky. Například zákazníci z řad výrobců obalů, kteří jsou velmi nároční,

NEJPOKROČILEJŠÍ VÝZKUMNÉ STŘEDISKO STÁLO 50 MILIONŮ EUR A TVOŘÍ BUDUCNOST TISKOVÉHO PRŮMYSLU POD JEDNOU STŘECHOU.

mohou své specifické požadavky konzultovat odborníky právě v Inovačním centru. Většina technologií již vzniká ve spolupráci se zákazníky. Příkladem může být drážďanská tiskárna Saxo-print, která užce spolupracovala při vývoji nového odvíječe z role CutStar 162. Nový CutStar se v Saxoprintu také testoval a v kombinaci s osmibarvovým Speedmasterem XL 162 prakticky zdvoj-

násobil výkonnost tiskárny. „Naše inovace se zaměřují na současné výzvy v polygrafii. Vyvíjíme je s cílem poskytovat našim zákazníkům jasnou a hmatatelnou přidanou hodnotu,“ dodal Frank Kropp. Kromě zákazníků pracovníci Inovačního centra spolupracují také s Německým svazem strojírenského průmyslu (VDMA), s Hospodářskou a průmyslovou komorou a celou řadou dalších odborníků, se kterými sdílejí své znalosti. Mimo jiné v rámci Inovačního centra probíhají odborné workshopy, setkání a prezentace trendů v oblasti polygrafického průmyslu. „Inovační centrum je novým centrem naší společnosti a budoucím high-tech kam-



pusem, který postupně vytváříme v oblasti Wiesloch-Walldorf," zdůraznil Stephan Plenz, člen dozorčí rady Heidelberg, a doplnil: „Naše vedoucí postavení v oblasti technologií neustále sílí díky vysoké odbornosti a kvalifikované pracovní síle.“

Nekončící vývoj

Výzkum a vývoj jsou pro Heidelberg klíčovými segmenty budoucnosti. Ročně společnost vydá na vývoj a výzkum kolem 135 milionů eur, což odpovídá 5 % tržeb společnosti. Cílem Inovačního centra je posilovat inovačního ducha firmy, pokračovat v posouvání hranic automatizace a autonomního řízení a obecně díky sofistikovaným technologiím pomoci zákazníkům být ještě efektivnější. Generální ředitel společnosti Heidelberg, Rainer Hundsdörfer, vysvětluje, že: „Účelem think tanku je zajistit, abychom v budoucnosti i nadále stavěli na vedoucím postavení v oblasti technologií, a to zahrnuje i digitalizaci průmyslových tiskových technologií.“ ■



ROZHO- VOR

„LED UV podporuje rychlý průběh zakázky tiskárnou, která k tomu má připraveny i ostatní technologie.“

JAROSLAV HRADIL
JEDNATEL
TISK CENTRUM S. R. O.

STRANA 12

Strana 30

„Burza je skvělá možnost, jak získat peníze do firmy, aniž byste ztratili kontrolu.“

Strana 36

„Celosvětovo predaj segmentu vo formáte B2 klesá, ale na Slovensku sme mali predaj výlučne v tomto formáte.“





Rozhovor s Jaroslavem Hradilem, TISK CENTRUM s. r. o.

TECHNOLOGII LED UV ŘÍKÁM ANO

TISK CENTRUM s. r. o. se sídlem v Moravanech u Brna je příkladem české polygrafické společnosti, jejíž rozvoj je neodmyslitelně spjat s prepressovými, tiskovými i dokončujícími technologiemi značky Heidelberg. Na konci února 2020 jsme se proto vydali osobně za Jaroslavem Hradilem, jednatelem společnosti, jehož spolupráce si velmi vážíme.

Nahlédnutí do archivu zakázek, který si vedeme, nám prozrazuje, že první tiskový stroj Heidelberg si TISK CENTRUM pořídil v roce 2006. Tím strojem byl Speedmaster SM 74-4 ve formátu B2. Dlouhá řada strojů a zařízení Heidelberg vyvrcholila na přelomu roku strojem Speedmaster XL 106-8P LED UV, na kterém jsme vytiskli i toto vydání magazínu.

P

ane Hradile, začněme náš rozhovor hned otázkou na technologii sušení a vytvrzování LED UV, kterou máte na stroji Heidelberg Speedmaster XL 106-8P jako první v ČR. V archivém ofsetu není zatím příliš rozšířená, jak jste k ní dospěl vy?

Po celou dobu, odkdy tiskneme, jsme sledovali vývoj technologie UV v polygrafii, zejména při výrobě brožur a publikací. S technologií UV barev a sušení máme dvacetileté zkušenosti. Do popředí se dostává LED UV technologie, která ve srovnání s UV tiskem první a druhé generace umožňuje tisknout maximální mechanickou rychlostí, jak ji nabízejí stroje Heidelberg. Přelomovou technologií jsme pořídili v závěru loňského roku. Technologii LED UV jsme připravovali minimálně tři roky. Nasadili jsme ji nejprve na stroji Speedmaster CD 102-5+L, abychom si ji důkladně osvojili. Nový Heidelberg Speedmaster XL 106-8P s LED UV jsme uvedli do ostrého provozu na začátku letošního roku.

Jaké máte zatím s LED UV zkušenosti?

Naše zkušenosti s novým strojem a unikátní technologií jsou samozřejmě podmíněny dlouhodobou přípravou. Můžu je shrnout do několika základních zjištění. Tisková technologie s nízkoenergetickým LED UV sušením vyrobí produkt bez práškování a s minimálním užíváním mycích prostředků. Náklady na energii zasušení jsou nižší o 80 %, použití mycí chemie je nižší také až o 80 %. Není produkováno téměř žádné odpadní teplo. Zaměstnanec není v rozsahu typickém pro konvenční ofset i klasické UV technologie vystaven škodlivinám v podobě vdechování prachu nebo styku s chemií. Tiskárna může produkt zpracovat rychleji a minimalizovat technologické přestávky, zbavit se rozpracované výroby a v neposlední řadě rychleji vyrábět bez chyb způsobených obtahy nebo jinak nezaschlou barvou. Výrobek je precizní a pigmentace intenzivní. Když jsme instalovali LED UV na první stroj, dodavatelé barev mi říkali, že to nebude fungovat. Nastudovali jsme si možnosti technologie, vypracovali jsme si vlastní know-how a teď umíme tisknout na jednu vodu konvenci i UV. »



„Motorsport je moje srdcová záležitost. Technika supersportů mne láká a fascinuje, stejně jako nejnovější tiskové technologie.“





„Pomocí nejmodernějšího
vybavení zpracováváme
produkty ve světové kvalitě.“

» Můžeme tedy hovořit o trendu LED UV v archovém ofsetu?

Trendu LED UV říkám ano. V budoucnu budou konvenční stroje, archové i kotoučové, které budou určeny pro klasickou produkci. Kromě toho ovšem bude posilovat segment vysoce kvalitních časopisů, knih a katalogů, kde musíte dodržet přesnou a brilantní barvu, a v tom se LED UV prosadí. Stroj s LED UV není receptem pro všechny tiskárny. Je určen pro kvalitnější produkci, pro tiskárny, které chtějí tisknout produktové katalogy, časopisy, knihy. LED UV podporuje rychlý průběh zakázky tiskárnou, která k tomu má připraveny i ostatní technologie. Když si někdo pořídí stroj s technologií UV a potom tiskne poloviční rychlostí, nesvědčí to o promyšlené investici.

Váš nový stroj je vybaven obracécím zařízením. Jak se vám tisk s obracením 4 + 4 osvědčuje?

Již v minulosti jsme se zaměřili na tiskové stroje s obracením. Tisk knižních bloků na jednostranném stroji není úplně ekonomický, obracení stoju a druhý průchod působí proti efektivitě i kvalitě. Na stroji Speedmaster CD 102-5+L jsme si vyzkoušeli, že při výrobě knižního bloku je nejdůležitějším parametrem produktivita. Bez oboustranného tisku nemůžete průmyslově realizovat hromadnou výrobu knižních bloků. Na tisk přímo navazuje dokončující zpracování, které je organizováno podobným způsobem. Stroje s oboustranným tiskem nám umožnily knižní a časopi-secké bloky doslova chrlit. Výhody oboustranného tisku se neprojevují jenom u barevného tisku, ale o to víc u černobílého, jímž se tiskne

stále velké množství knižních bloků. Černobílé zakázky nás vedly k pořízení rotačního tiskového stroje Zirkon. Tato investice umožňuje naší firmě nabízet dostatečnou kapacitu i v černobílém tisku.

Heidelberg vybavuje své tiskové stroje čím dál pokročilejším softwarem. Ne všichni jej však dokáží plně využívat. Jak je tomu u vás?

Nový stroj je vybaven nejmodernějším softwarem řízení zakázek ve verzi Intellistart 2. Mohu jej porovnat s předchozí generací softwarové výbavy strojů Heidelberg. Nová generace nabízí tiskaři nekonečnou škálu možností. Systém umožňuje naprogramování

Bez oboustranného tisku a přímo navazujícího dokončujícího zpracování nemůžete průmyslově realizovat hromadnou výrobu knižních bloků. Stroje Heidelberg s oboustranným tiskem nám umožnily produkci doslova chrlit.

stroje k dosažení rychlých a efektivních výsledků. Obsluha stroje si naprogramuje každý arch, funkce nastavení nakladače i vykladače. Stroj je potom schopen oboustranně potiskovat archy i v gramáži 80 rychlostí 18 000. Výměna desek trvá dvě minuty, potisk je suchý. S tímto strojem dokážete zpracovat produkci v ne-skutečně velkém objemu. Další důležitá věc: kontrolu barevnosti nemůže zajišťovat pouze tiskař, musí být součástí automatizovaného výrobního procesu. Každý arch musí být hned ve stroji kontrolován a odchylky se musí řešit automatizovaně. Pokud bychom měřili barevnost off-line na pultu, nedosáhnete kvalitního vybarvení odpovídajícího normě ISO. V produktové náplni TISK CENTRA mají důležitou pozici barevné katalogy. Dodržení barevnosti v celé zakázce tištěné s obracením i opakovaně je extrémně důležité. Na stroji XL 106-8P je zásadní, aby byl vybaven in-line systémem řízení barevnosti a soutisku Inpress Control. Osmibarevkou můžete koupit od jiných konkurenčních výrobců, ale měření Inpress Control ve stroji je zásadní. Při off-line korekci barevnosti platí, že každý tiskař ji udělá jinak. Než se off-line korekce provede, máte tisíce archů pryč.

Jaký je váš manažerský informační systém?

Používáme plánovací systém Heidelberg Prinect, ale vnášíme do něj naše zkušenosti, naše know-how. Ušetřit můžete, když ve firmě zjednodušíte procesy. Od přípravy, přes tisk, až po expedici musíte mít co nejjednodušší procesy, obrazně co nejmín metrů mezi stroji. V procesu nikdo nemůže udělat chybu, že nemusíte zbytečně přenastavovat stroje, jelikož zakázky na sebe navazují formátem, vyřazením, materiálem, šitím a podobně. Prostoje jsou pak minimální, celkový průchod zakázky tiskárnou je potom rychlejší, než si dovedete představit.

Jak se v průběhu let změnila vaše nabídka zákazníkům?

Mým cílem v polygrafii, který převážil po roce 2000, bylo univerzálnější nastavení tiskárny, aby neuměla jenom potisknout plochý arch, ale aby ho dokázala i špičkově zpracovat a zvýšit tak jeho přidanou hodnotu. Šli jsme do výroby vazeb, přestože mnohé tiskárny tomu nevěřily. Teď už vládne veškerými tiskovými a knihařskými technologiemi na evropské úrovni. Nikdy jsem nenabízel zákazníkovi jenom tisk, šel jsem za ním a nabídl mu, že mu kompletně připravím katalog. Ani teď nenabízím klientovi samostatně třeba laminaci nebo zlacení, ale kompletní produkt. Posledních asi deset let jsme snížili podíl samostatných grafických služeb. Od nich jsme zčásti upustili, když si naši klienti zřídili vlastní grafická studia, ale jsme samozřejmě schopni zákazníkovi pomoci. Všechny grafiky mám umístěné v prepressu, kde pracují s daty. »



› *Jak se v polygrafii a konkrétně u vás mění přístup ke klientům?*

Mám okruh vydavatelství, kde se o nás dobře ví. TISK CENTRUM se svými zákazníky spolupracuje dlouhodobě. Jsou mezi nimi významné firmy a instituce, které preferují vysokou kvalitu. Důležitý vzkaz: žádný z našich zákazníků s námi nespolupracuje jenom kvůli ceně. Ve vztazích s našimi klienty jde vždy o celý komplex služeb. Partnerství, které je navázáno pouze na cenu, nemůže dlouhodobě fungovat. Tiskárny, které se na trhu podbízejí nejnižší cenou, nekazí trh mně, ale především sobě, protože časem na nic lepšího nedosáhnou. Naštěstí na trhu převažují zákazníci, kteří chtějí kvalitu, a nejlevnější nabídky dávají pryč.

V čem vidíte v uplynulých letech v polygrafii zlepšení, co přináší nová doba?

Na trhu se otevírá velká oblast moderního zpracová-

ní dat. Tiskárny si s tím zatím neumí dobře poradit, v přístupu tiskáren k zákazníkovi z pohledu dat vidím zatím nedostatky. My máme recept, jak se chovat víc prozákaznický. Klientova data umíme zpracovat, ale snažíme se je trochu oddělit od našeho výrobního procesu. Náš software umí se zákazníkem komunikovat on-line. Příjem a odeslání dat on-line a komfortní péče o zákazníka není žádná novinka, ale spousta tiskáren ji neumí kompletně využívat. Výrobním procesem prochází elektronická stopa, zákazník má možnost ji detailně sledovat a být podrobně informován. Pro nás se jedná o cennou zpětnou vazbu.

TISK CENTRUM je na trhu známou značkou a dobře víme i o Vaší dráze polygrafa; pokuste se tedy ohlédnout zpět a trochu zavzpomínat.

Osobně jsem v branži od roku 1995, na trhu jsme tedy už skoro 25 let. V 90. letech vstupovaly na trh firmy s nabídkou zbo-

Tiskárny, které se na trhu podbízejí nejnižší cenou, nekazí trh mně, ale především sobě, protože časem na nic lepšího nedosáhnou.

ží, stavebnin, nejrozličnější řetězce a podobně. K tomu potřebovaly produktové katalogy. Zpočátku jsme se soustředili na jejich grafické zpracování a podíleli jsme se i na dovozu těchto produktů. A měli jsme ambici dodávat produktové katalogy i vytištěné. Naše divize tisku působila regionálně i celorepublikově. Tehdy jsme hodně dělali kalendáře, v 90. letech byly hitem. Zpracovávali jsme také reklamní tiskoviny, například pro hobby markety. Pořídili jsme si první tiskový stroj značky Adast a tiskli pro zákazníky formuláře. První čtyřbarvový stroj Polly jsme si koupili někdy v roce 2000. První stroj Heidelberg jsme pořídili v roce 2006, byl jím Speedmaster SM 74-4. TISK CENTRUM prošel s Heidelbergem mnoha stroji v řadách SM, CD a XL. Důležitá zkušenost ze spolupráce s Heidelbergem: co lidé z Heidelbergu řekli, to platilo.

Jaké jsou vaše plány do budoucna?

Tiskárnu charakterizují technologie a výrobní proces, který má být co nejjednodušší a neekonomičtější. Pomocí nejmodernějšího vybavení zpracováváme produkt ve světové kvalitě. Nainstalované stroje využívají nejmodernější technologie a výrobní proces splňuje všechny normy ISO. Nově pořízené stroje na sebe ve výrobním procesu navazují. Na trhu máme unikátní pozici, nabízíme všechny druhy vazeb od V1 až po V8. Na pořizování technologií a postupné výstavbě výrobních a skladovacích hal je v posledních deseti letech názorně vidět rozvoj firmy. Ani jsem nemyslel, že všechno půjde tak rychle. Tímto způsobem chceme pokračovat dál. Tiskové technologie se musí obnovovat častěji než dokončovací. Záleží také na tom, co zajímavého se na trhu objeví. Sledujeme trendy a počítáme s dalšími investicemi. V současné době máme ve stavebním řízení další halu. V archových strojích jsme nyní dosáhli hodnotového i kvalitativního maxima. Dalším strojem, například desetibarvovým, bychom zákazníkovi nenabídli v zásadě nic nového, maximálně bychom technologii dublovali, a do vyššího formátu nad B1 a do packagingu nepůjdeme. Spíš chceme zákazníkovi v technologiích dál nabízet různorodost, například všechny druhy vazeb. Orientujeme se na naše dlouhodobé zákazníky, chceme si je udržet nabídkou kvalitní produkce za rozumnou cenu. V technologiích se chceme zaměřit na kotoúčový tisk. Nová rotačka by mohla být také vybavena technologií LED UV.

Polygrafické firmy si často stěžují na nedostatek kvalifikovaných pracovníků. Jak se s tímto problémem vyrovnáváte vy?

Nemůžete mít jenom kvalitní stroj, musíte mít i kvalifikovanou obsluhu. Z pohledu vnitrofiremní dělby práce je nutné nechávat kompetence na lidech, kteří za danou část výrobního procesu odpovídají. Jejich rozhodování, do kterého se snažím příliš nezasahovat, by mělo být co nejvěrnější mé představě. TISK CENTRUM disponuje silným týmem osmdesáti pracovníků. Naše politika zaměstnanosti je založena na vzdělávání, proškolení a dlouhodobé spolupráci. Tiskové stroje obsluhují tiskaři s desetiletou i víceletou praxí. Spolupracujeme se střední i vysokou školou. Jako česká firma můžeme studentům ukázat technologie, které si školy nemohou dovolit. V polygrafii jsou i větší firmy, ale myslím si, že v podpoře škol jsme dál. Když potřebují v rámci svých projektů něco vytisknout, vycházíme jim vstříc.

Zaujalo nás, že kromě všech ostatních aktivit podporujete i extraligový hokejový tým Kometa Brno.

V současnosti už nejsme jen regionální tiskárnou, kterou jsme byli před 15 lety. Posunuli jsme se nad rámec regionu, nicméně zůstáváme jeho součástí, stejně jako například sportovní kluby. Podporujeme je tiskovými službami. Nejviditelnější je pro nás příklad spolupráce s hokejovým klubem Kometa Brno. S tím souvisí i neformální setkávání s našimi obchodními partnery při příležitosti extraligových hokejových utkání. Sport je mé hobby, hlavně musím říci, že motorsport je moje srdcová záležitost. Technika supersportů mne láká a fascinuje, stejně jako nejnovější tiskové technologie. Provozujeme závodní speciál určený pro závody do vrchu. Zúčastňujeme se seriálu mistrovství Evropy a šampionátu MČR a MSR, kde jsme aktuálně mistři České i Slovenské republiky.

Top manažeři a vlastníci nejen polygrafických firem po letech podnikání trpí syndromem vyhoření a bojují proti němu sportem. Jak je to ve Vašem případě?

Nemluvil bych hned o vyhoření, nazval bych to manažerskými nemocemi. Musíte umět hledat motivaci, stanovovat si další a další cíle. Musíte se naučit udržovat tělo a mysl v psychické i fyzické rovnováze. Sport je určitě důležitý pro tento druh stimulu. U mě je to rekreační běh a kolo. Je fajn se po práci z celodenního stresu vyběhat a ráno s úsměvem začít nový den. ■



TECHNOLOGIE

Bez digitalizace celého procesu zpracování zakázky není možné mluvit o opravdové optimalizaci v tiskárně.

PRINECT PRODUCTION MANAGER
HEIDELBERG

STRANA 20

Strana 8

Nejpokročilejší výzkumné středisko, které stálo 50 milionů eur, tvoří budoucnost tiskového průmyslu.

Strana 28

Servisní smlouvy Heidelberg vytvářejí oboustranné partnerství se zákazníky.

TISKOVÁ VÝROBA V DIGITÁLNÍM VĚKU

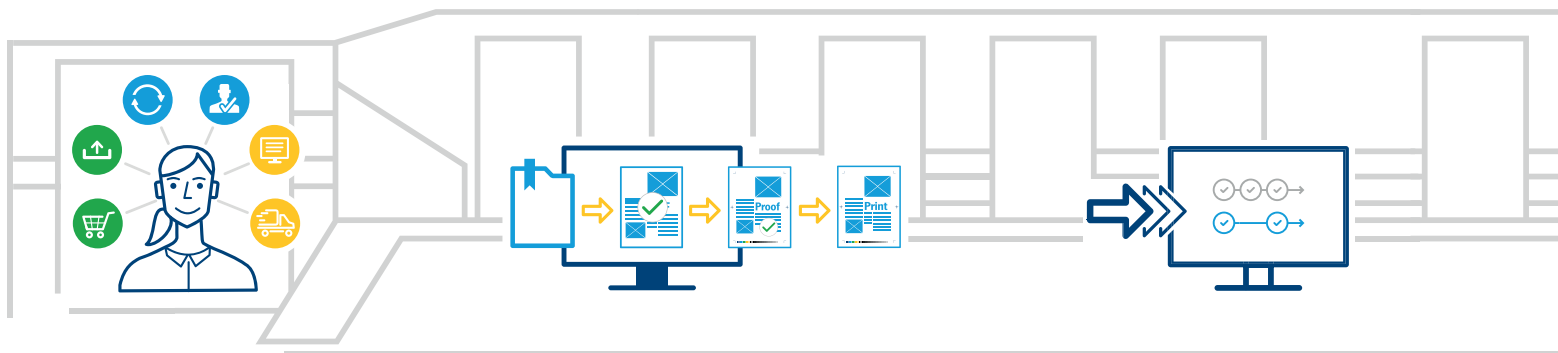
Žijeme v digitální době a vše kolem nás je smart, on-line a cool. Rychle jsme si zvykli, že mobil používáme jako telefon minimálně. Spíš je náš peněženkou, zdrojem zpráv i zábavy nebo třeba kontrolorem domácích spotřebičů. Není pochyb, že náš život byl během necelých dvaceti let zdigitalizován. Přesto neradi opouštíme odzkoušené „analogové“ praktiky, a to i v tiskových provozech. Není tím ale myšlen dlouhodobý spor mezi klasickým a digitálním tiskem, ale digitalizace procesů.

p

řístup k výrobě a jejímu průběhu v moderním digitalizovaném výrobním provozu

je oproti tiskárně s „analogovými“ procesy diametrálně odlišný. Všechny nové ofsetové tiskové stroje jsou již digitalizovány. Mají řídicí jednotky, přijímají výrobní a vracejí zpět produkční data, v mnoha případech se samy autonomně rozhodují, a to proto, aby byly bezchybnější, rychlejší, a tím pádem výkonnější. Zároveň nám ale jejich pořízením začíná digitalizace výroby, ať chceme nebo ne. Můžeme samozřejmě tisknout „po staru“, ale připravujeme se tak např. o snížení nákladů nebo zvýšení kapacity výroby. Podobně nám nic nebrání používat chytrý telefon jen na telefonování, ovšem i to má své plusy a mínusy.

Jednou z charakteristik digitalizace je nezbytnost jasných a algoritmicky přesných instrukcí, ve kterých není příliš prostoru na improvizaci. Další pak zvýšení průchodnosti a množství zpracovávaných informací. Díky tomu nedochází k tolika nečekaným situacím,



Komplexnost

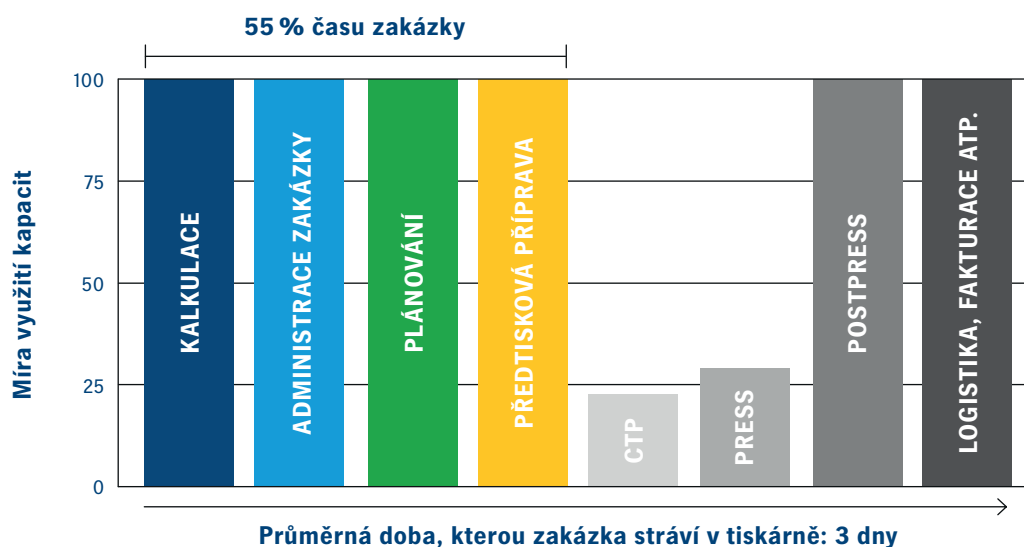
Tisková výroba už dávno není souborem oddělených výrobních operací, ale komplexním systémem provázaných procesů, jako je komunikace se zákazníkem, administrace zakázky, plánování, dodávky materiálu, samotná výroba nebo včasná logistika.

Standardizace a optimalizace

Jedním ze základních kroků na cestě k moderní a efektivní tiskárně je standardizace. Standardizace výrobních postupů, produktového portfolia, používaných materiálů atp. Pouze standardizované produkty, materiály, postupy atp. můžete optimalizovat.

Redukce „touchpointů“

Výroba musí „šlapat jako hodinky“ s minimem tzv. touchpointů, tedy doteků se zakázkou. Takové „doteky“, kdy se zakázkou buď manipulujeme, nebo o ní rozhodujeme, zpomalují výrobní takt a jsou zdrojem chyb. Ideálním cílem je autonomní výroba, kdy stroje nepotřebují člověka a rozhodují se samy.



S tiskovou zakázkou strávíme průměrně 3 dny. Z toho více než polovinu času věnujeme předvýrobním operacím (kalkulace, plánování, logistika atp.) Produktivita samotné výroby je jistě důležitá, ale bez řešení celého procesu zpracování zakázky není možné mluvit o opravdové optimalizaci v tiskárně.

a dá se účinněji a rychleji předcházet chybám, které mohou mít silné dopady. Naše hlavní výrobní technologie už digitalizaci umějí a zvládají. Jsou ale naše výrobní postupy a procesy připraveny na změnu? Vidíme to my sami jako důležité a nezbytné?

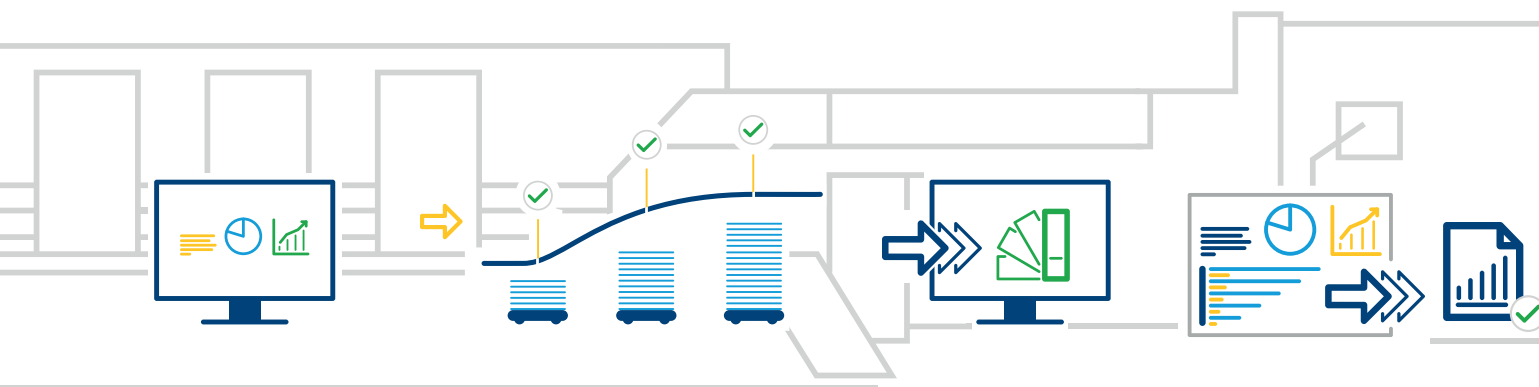
Tisková výroba už dávno není souborem oddělených výrobních operací, ale celistvým systémem. Společně s digitalizací výrobních technologií přichází vysoká komplexnost a provázanost jednotlivých procesů. Ať už je to včasné dodání materiálu, bezchybná kooperace či organizované sklady hotových výrobků – a to vše s neměnným „šibeničním“ dodáním a „bezkonkurenční“ cenou. Jsme pod velkým tlakem, a pokud takový systém nezměníme, nepřeorganizujeme a nezeffektivníme, staneme se součástí historie.

Je na čase obrazně řečeno „vypsat výběrové řízení“ na nového zaměstnance – na komplexní systém řízení výroby. Jeho pracovní

náplní bude mimo jiné obsahovat složitost provázaných výrobních procesů, dohlédnout na jejich provádění a bezchybnost, oznámit jakýkoliv nedostatek či slabinu ve všech výrobních krocích a ještě mnoho dalšího. Prinect Production Manager je se svou komplexností nejvhodnější kandidát na takovou náročnou pracovní pozici.

Standardizace

Jeden z prvních úkolů na cestě k organizované, vysoce produktivní a efektivní tiskárně je standardizace. Sjednocení komunikačních toků, produktového portfolia, ale především procesů v celém životním cyklu tiskové zakázky je zároveň náročné i nezbytné. Nelze jej řešit oddělenými systémy – jedním pro zákaznickou bázi, jiným pro předtiskovou přípravu, dalším pro tisk a posledním pro knihárnu. Production Manager je ideální soubor softwarových modulů, které pokrývají zakázku doslova od objednávky po expedici. »



Plánování

Efektivní a dynamické plánování pomáhá optimalizovat výrobu z pohledu nákladů (řazení zakázek dle typu, použitých materiálů atp.), z pohledu zákaznických preferencí (dle termínů expedice) a pomáhá vyrovnat se s nenadálými událostmi.

Růst produktivity

Standardizace výroby, optimalizace produktového portfolia, redukce „touchpointů“, efektivní plánování atp. vedou k explicitnímu nárůstu výrobní kapacity a výrazné redukci nákladů. Produktivita firmy skokově roste.

Kvalita a opakovatelnost

Standardizace výroby i portfolia pomáhá eliminovat výkyvy kvality, především při opakovaných zakázkách. Informační systém uchovává veškerá historická data zakázek. Realizace dotisků je tak nejen jednoduchá, ale i přesná.

Komplexní systém

Bez systému, který umožňuje provázanost všech výrobních operací v tiskárně, bez využití dat ze strojů, bez standardizace, bez efektivního plánování atp. nelze optimalizovat tok výroby, snižovat náklady a zvyšovat produktivitu.

› Autonomní řízení

Dalším úkolem pro Production Manager je optimalizovat a do budoucna neustále maximalizovat digitalizaci tiskárny nejen na úrovni zadávání a sledování zakázky, ale hlavně v oblasti autonomního řízení. Samotnou výrobní technologii lze totiž aktivně zapojit do procesu rozhodování tak, aby obsluha zasahovala do celého workflow, jen když je to nezbytné. Využije se tak naplno technologický potenciál a minimalizují se časové i materiální ztráty. Při vhodném využití potenciálu se Production Manageru podaří buď zvýšit kapacitu výroby, nebo snížit stres z nesplněných termínů, v ideálním případě obojí.

Plánování

Standardizované produkty, procesy a výrobní postupy, optimalizované toky materiálu, zpětná vazba od autonomních technologií i obsluhy generuje veliké množství informací, které pomáhají při aktivním plánování výroby s přihlédnutím k požadovaným dodacím termínům. Efektivní plánování je vysoce složitý systém a už dávno jej nelze dělat jen s tužkou a papírem, nebo snad v tabulkovém procesoru. Výroba musí „šlapat jako hodinky“ bez tzv. touchpointů – tedy doteků se zakázkou. Takové „doteky“ zpomalují a často i přerušují výrobní takt a jejich časová náročnost se obtížně odhaduje. Production Manager snižuje počet takových touchpointů na minimální nutné množství a pomáhá s odhadem jejich časové náročnosti. Plánování výroby je tak věrohodnější a efektivní a integrovaný systém výroby zajistí, že plánované informace, materiály i lidé jsou ve správnou dobu na správném místě.

Dnes

30 milionů

archů/rok.



Zítřka

60 milionů

archů/rok.

Opakovatelnost

Standardizace výroby i portfolia pomáhá také v udržení stabilní kvality a ziskovosti při opakovaných zakázkách. Informační systém uchovává veškerá historická data zakázek a postará se, aby

se žádná informace z předchozího běhu zakázky neztratila, ale naopak pomohla dotisky realizovat ještě lépe. Otázky a problémy, které se objevily při předchozí výrobě, již není nutné opakovaně řešit. Pokud se přesto znovu objevují, je to příležitost k jejich analýze a nalezení způsobu, jak se jich vyvarovat. Bez věrohodných výrobních dat nám to ale bude trvat mnohem déle a bude nás to stát více.

Komplexní systém

Bez systému, který umožňuje provázanost všech výrobních operací v tiskárně, bez využití dat ze strojů, bez standardizace a efektivního plánování nelze optimalizovat tok výroby a třeba i zdvojnásobit jeho kapacitu. Nelze významně snižovat makulaturu a jiné ztráty, nebo maximalizovat využití tiskových technologií. Production Manager je takovým technologickým informačním systémem – souborem digitálních modulů, které provázaně sledují a řídí všechny výrobní procesy. Je poskytován jako licencovaná služba s aktivní podporou výrobce, a nikoliv jako „krabice“ softwarové řešení, kterému jsme vydáni napospas. Informační systém jako služba nabízí výhody nepřetržitého vývoje s přihlédnutím ke zpětné vazbě a potřebám celosvětové základny uživatelů. Díky modulárnímu přístupu je Production Manager ideální zaměstnanec, který své know-how poskytuje spolu s rostoucími požadavky na digitalizaci tiskového výrobního workflow. ■

**PRODUCTION MANAGER
JE KOMPLEXNÍ SYSTÉM
UMOŽŇUJÍCÍ PROVÁZANOST
VŠECH VÝROBNÍCH OPERACÍ
V TISKÁRNĚ.**





Řezací centrum Polar N 137 PACE v plné konfiguraci s několika automatickými prvky. Díky pořízení tohoto centra Polar tiskárnu FINIDR řezací procesy již nelimitují. (Ilustrační fotografie)

TOTÁLNÍ AUTOMATIZACE ŘEZÁNÍ

Pro nás v Heidelbergu je společnost FINIDR v Českém Těšíně partnerem, s nímž dlouhodobě a rádi spolupracujeme. Jednomu z největších evropských výrobců knih jsme dodali řadu tiskových strojů, prepressových systémů i postpressových zařízení. Mezi nejnovější polygrafické stroje, které má FINIDR od nás, patří řezací centrum Polar N 137 PACE. „Kdybychom neinvestovali do nového řezacího centra, mohlo by se řezání stát úzkým místem ve výrobě,“ uvedl při exkurzi ve výrobní hale majitel a šéf FINIDRu, Jaroslav Drahoš.

Řezací centrum Polar

V případě řezacího centra Polar N 137 PACE je skutečně na místě hovořit víc o centru nebo systému než o „obyčejné“ řezačce. Ve FINIDRu se již v minulosti používala řezačka Polar. Před pořízením systému Polar N 137 PACE měli v tiskárně i řezačky s periferiemi, se zvedacím, střešacím a vykládacím zařízením. V této konfiguraci ovšem řezač buď nakládal a střešal, nebo vykládal. Firma ale hledala zefektivnění řezání, aby bylo rychlejší, aby převzalo část práce řezače, aby zkrátka víc manipulace s materiálem zastala automatizace i robotizace.

V mohutném proudu průmyslové výroby knih je ve FINIDRu řezání důležitou technologickou operací, která ovlivňuje celkovou dobu zpracování zakázky. FINIDR si v rámci výběru stroje vyhodnotil několik řešení a dal přednost centru Polar N 137 PACE. Řezač při obsluze centra přemístí ze zvedacího zařízení archy na střešací stroj, odkud po sestřešení automaticky, pomocí robotických ramen postupují do řezačky pod řezací sedlo a potom je po opět automaticky prováděném řezu operátor přemístí s podporou vzduchového polštáře na transportní stůl s navazujícím automatickým přesunem na paletu.

V nepřetržitém režimu

Nový řezací systém byl nainstalován v květnu 2019 a od té doby pracuje v nepřetržitém režimu. Řezací centrum je propojené do systému Compucut, kdy se už ve fázi prepressu do jeho řídicího systému posílají řezací programy pro jednotlivé zakázky.

FINIDR měl v minulosti období, kdy řezání bylo úzkým místem. Díky strojům Polar, z nichž nejnovější je Polar N 137 PACE, tiskárnu FINIDR řezací procesy již nelimitují. Nainstalované řezačí stroje podstatně posílily výrobní kapacitu, ale neméně důležitým cílem bylo i ulehčení práce lidem. „Pořízení řezacího centra byl krok správným směrem,“ zhodnotil Jaroslav Drahoš po více než půlroce od instalace nákup systému Polar N 137 PACE. ■



MOMENTKA

CIRKULÁRNÍ EKONOMIKA S RŮŽOVÝM NÁDECHEM

Romantický pohled na Pražský hrad doplňují růžová Rekola připravená na projížďku. Stačí se zaregistrovat do aplikace, ve které získáte kód od zámku, a můžete vyrazit. Ano, takto jednoduché to je. Rekola fungují od roku 2013, ale oblibu získala až v posledních letech. Na konci roku 2019 měla Rekola čtvrt milionů uživatelů. Půjčují svá repasovaná růžová kola v několika českých městech a nově i v jednom finském. Je to jeden příklad projektu spadajícího do cirkulární ekonomiky. A co se skrývá pod pojmem cirkulární ekonomika? Velmi jednoduše řečeno jde o maximální využití potenciálu výrobku. Koncept cirkulární ekonomiky nahrazuje klasickou lineární ekonomiku, ve které vzniká hromada odpadu. Cirkulární ekonomika cílí na to, aby se produkty, ale i služby uzavíraly ve funkčních a nekončících cyklech, ve kterých neztrácejí hodnotu, čerpají z obnovitelných a udržitelných zdrojů a nemají negativní dopady na přírodní ekosystém a lidské zdroje. V rámci cirkulární ekonomiky bychom tedy měli věci opravovat, třídit, a především sdílet a půjčovat si. Jako prioritu má tento koncept např. EU, ale i v Čechách vzniká oficiální strategie Cirkulární Česko 2040. Takže sdílejte!

TRH S POUŽITÝMI STROJI ROSTE

„Trh s použitými polygrafickými stroji u nás fungoval vždycky. Během let se ale proměnil. Zprofesionalizoval se. Podstatnou roli v tom sehrál Heidelberg, který jej pozvedl a dnes mu v České i Slovenské republice jasně dominuje,“ říká Petr Mlenský, který má v Heidelbergu tento segment na starosti.

t

rh s použitými polygrafickými stroji představuje dost specifický segment, a zdaleka ne každý dokáže v těchto vodách úspěšně proplovat. U drobnějších strojů a zařízení je snad ještě možné improvizovat, ale u dražších strojů a komplexnějších případů je dnes nezbytný profesionální přístup. Nejde už jen o stroj samotný – jeho výkup nebo prodej. Pro zákazníka je klíčová další podpora. „Na trhu je mnoho obchodníků s použitými stroji, ale jen málokdo je schopen poskytnout potřebné zázemí. Bez silného renomovaného partnera to zkrátka nejde,“ doplňuje P. Mlenský. Dnes je pro Heidelberg samozřejmostí, že k výkupu i prodeji použitého stroje dodává prakticky identický servis, jako by šlo o stroj nový, tj. nejen garanci ceny,

termínu atp., ale též veškeré další služby, jako je logistika, instalace, rozběhnutí stroje, případné opravy, pokud je to nutné, ale zajistí výhodné financování a další služby. Velkou výhodou pro zákazníka je také fakt, že Heidelberg vykupuje prakticky všechny polygrafické stroje.

Použité stroje v číslech

Přesné statistiky o trhu s použitými stroji chybějí, a tak si musíme vystačit s kvalifikovanými odhady, se kterými pracu-



Petr Mlenský,
Heidelberg Praha spol. s r. o.
Key Account použité stroje

jeme. Víme, že Heidelberg jako výrazně největší hráč na obou trzích (českém i slovenském) realizoval v uplynulém finančním roce (duben 2019 – březen 2020) výkupy a prodeje použitých strojů v celkové výši zhruba 6 mil. euro. V posledních letech Heidelberg svou pozici lídra slušně upevnil a dnes odhadujeme, že má podíl na trhu přes 80 %. Z toho by vyplývalo, že celkový objem trhu s použitými stroji by mohl dosahovat zhruba 7,5 mil. euro. Že se jedná i pro Heidelberg o vysoce důležitou oblast, potvrzuje fakt, že zhruba jedna třetina strojů, které prodá Heidelberg na českém a slovenském trhu (tiskové stroje), jsou právě stroje použité. Spolu s profesionalizací poskytnutých služeb se použité stroje staly rozumnou alternativou ke strojům novým. Petr Mlenský k tomu dodává: „Použité stroje jsou výkonově i rychlostně srovnatelné se stroji novými. Hodně věcí lze upgradovat. Na druhou stranu nejsou úplně pro každého. Je třeba si uvědomit, že jde o stroje, kde některé prvky stárnou. Nicméně úspora v pořizovacích nákladech může být obrovská, klidně i 2/3 oproti stroji novému.“

Srovnání: Česko a Slovensko vs. západní státy

Rozdíl mezi Českem, Slovenskem a zeměmi západní Evropy je především v tom, že u nás stroje mnohem déle tisknou. Například v Německu je obvyklé, že tiskárny obměňují svůj strojový park každé 3 až 4 roky. Je to dáno jak lepší daňovou legislativou, tak faktem, že na Západě jsou polygrafické produkty zákazníci lépe zhodnoceny. V našich

Použité stroje

Český a slovenský trh

s použitými stroji má hodnotu zhruba

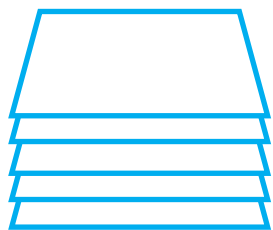
7,5 mil. euro
ročně

Pořizovací cena

stroje může být až o

2/3 nižší

než u nového stroje



100 mil. archů

Průměrný nájezd použitého tiskového stroje

Heidelberg dominuje trhu s podílem

cca **80 %**

Meziročně

trh roste asi o

15 %



tiskárnách vyměňujeme stroje v průměru každých 8 let (na Slovensku je toto číslo ještě o něco vyšší). Na druhou stranu se situace v posledních letech hodně zlepšila a začínáme západní státy úspěšně dorovnávat. Zatímco ještě před deseti lety u nás měly tiskové stroje při výměně najeto 200 až 300 milionů průjezdů, v současnosti se nájezdy při výměně strojů pohybují okolo 100 milionů.

Závěrem

Použité stroje budou vždy jen alternativou ke strojům novým. Jedná se samozřejmě o relativně výhodný obchod, ale stále zde existuje větší míra rizika. Nicméně i to v Heidelbergu snižujeme na minimum perfektní přípravou staršího stroje, jeho nastavením a přizpůsobením požadavků konkrétní tiskárny. V neposlední řadě pochopitelně též špičkovým servisem a zákaznickou podporou. Trh s použitými stroji má zatím vzestupnou tendenci s nárůstem asi 15 % ročně. Kartami teď výrazně zamíchala globální situace okolo COVID-19, takže těžko říci, jak se bude trh vyvíjet v následujících letech. My v Heidelbergu to však vidíme optimisticky. ■

ZAJÍMA- VOSTI

matériO nabízí komplexní on-line databázi obsahující přes 8 300 typů materiálů.

MATÉRIO PRAGUE

STRANA 35

Strana 48

Heidelberg je s vámi za všech okolností díky sociálním sítím.

Strana 50

7 tipů pro strategický obchodní rozvoj poskytovatelů tiskových služeb.

PRODEJEM STROJE NAŠE PÉČE O ZÁKAZNÍKA NEKONČÍ

Tiskový stroj (a nejen tiskový) představuje zásadní investici, a je potřeba se o něj permanentně starat. Jen udržovaný stroj má dlouhodobou životnost, zajišťuje stabilní vysokou kvalitu produkce a minimální poruchovost. Pravidelnou péčí se také výrazně zvyšuje jeho případná výkupní cena. O své auto se pečlivě staráme a svěřujeme jej pouze autorizovaným odborníkům. Tiskovému stroji, který nám vydělává a jehož porucha způsobuje velké ztráty, ale často adekvátní péči nevěnujeme.

h

Heidelberg se snaží svým zákazníkům poskytovat dlouhodobé partnerství a zajišťovat jim kompletní servis, a proto nabízíme pestrou škálu služeb, které ukotvujeme v servisních smlouvách. Smlouva mezi Heidelbergem a zákazníkem vytváří dlouhodobý vztah a pro Heidelberg je především závazkem. Stejně tak je ze strany zákazníka signálem, že i on chce systematicky pečovat o své technologie a rozvíjet svůj potenciál.

Servisní smlouvy Heidelbergu mají velkou variabilitu. Mohou pokrývat „jen“ základní péči o stroj a jeho bezproblémový provoz a zahrnovat služby především servisního charakteru (pravidelné prohlídky strojů, nepřetržitá podpora po telefonu, vzdálený servis atp.). Zákazníkům, kteří mají zájem o systematickou podporu, která jim umožní dlouhodobě stabilizovat kvalitu produkce, zvyšovat produktivitu a celkově zajistit bezproblémový provoz, nabízí Heidelberg hlubší „spojenectví“. V takovém případě získává zákazník profesionální zázemí nejen v servisu, ale také např. v oblasti spotřebních materiálů vč. poradenství a asistence při aplikačních problémech, v oblasti softwarů a výrobního workflow, odborné poradenství pro zvyšování výkonu, kalibrace atp.

Být smluvním partnerem Heidelbergu přináší i mnohá další zvýhodnění. Zákazník získává výrazné slevy na servis a díly, může mít smluvně ukotven paušál na cestovné techniků, má absolutní prioritu před nesmluvními partnery atd.

Jak tedy vypadají základní a nejběžnější servisní smlouvy Heidelbergu?

HOTLINE & REMOTE SUPPORT

Jedná se o naprostý základ servisního kontraktu, kdy zákazník pro vybrané stroje získává neomezený přístup k servisní podpoře 24/7. Ta může mít podobu telefonické konzultace a u připojených strojů také vzdálené diagnostiky, či dokonce provedení servisního zásahu na dálku (tzv. Remote Service). Služba je účtována jako měsíční poplatek.

MAINTENANCE

V rámci Maintenance smlouvy zajišťuje Heidelberg na vybraných strojích pravidelné komplexní prohlídky a údržbu. Z každé prohlídky obdrží zákazník podrobnou zprávu o stavu stroje, jejíž součástí je vždy také výčet doporučených opatření. Uzavřením této smlouvy si tiskárna nastavuje určitý standard péče o stroj a získává pravidelnou podporu autorizovaného servisu. Díky tomu je zajištěn bezproblémový chod stroje, minimalizují se nenadálé výpadky v produkci a stroj je stále udržován v dobré kondici. Prohlídky, údržba i případné servisní zásahy se většinou plánují mimo hlavní tiskovou sezónu. I v tomto případě se platí měsíční poplatek, který ale sestává ze dvou částí. Jedna se váže ke sjednaným prohlídkám s údržbou a je kalkulována přesně dle definovaného rozsahu. Smlouva má ale ještě flexibilní, neboli bilanční část, ze které se během roku platí ostatní servisní náklady. V rámci této flexibilní části si zákazník platí měsíční zálohy na servis, přičemž výše je kalkulována dle předpokládaných nákladů na servis strojů. Flexibilní část je průběžně čerpána a může být použita pouze na práci, nebo na práci i díly. Zákazníkovi je každý měsíc zaslána podrobná bilance čerpání a zůstatku a na konci roku dojde k zúčtování a vypořádání přeplatku či nedoplatku.

Zákazník s Maintenance smlouvou navíc získává prioritní přístup k servisu, slevu až 10 % na veškerý servis a náhradní díly a možnost smluvního paušálu na cestovné.

Maintenance smlouva může mít i podobu pouze flexibilní (bilanční) části, kdy si zákazník jen platí zálohy na servis, který průběžně čerpá. V takovém případě ale dosáhne na nižší slevy na servisní práce a díly.

SUBSCRIPTION MODEL

kompletní zajištění provozu stroje (veškerý servis, díly, materiály, konzultace, školení obsluhy, upgrady SW atp.)

garance provozuschopnosti a výkonu stroje

eventuálně vč. pořízení stroje

LIFECYCLE PLUS

workflow a SW Prinect vč. upgradů

poradenství a asistence v oblasti SW a workflow

Lifecycle Smart



LIFECYCLE SMART

spotřební materiály

poradenství a asistence v oblasti materiálů

až 15% sleva na servis a díly

Maintenance



MAINTENANCE SMLOUVA

pravidelné komplexní prohlídky a údržba

až 10% sleva na servis a díly

cestovní paušály

Hotline & Remote Service



HOTLINE & REMOTE SERVICE

podpora 24/7

vzdálená diagnostika a servis

Pro zákazníky, kteří jsou orientovaní na výkon, chtějí systematicky zvyšovat produktivitu a kvalitu produkce, jsou určeny komplexní smlouvy. Ty posouvají vztah mezi zákazníkem a Heidelbergem na úroveň partnerství. Principem těchto smluv je, že Heidelberg není jen dodavatelem určité služby, ale zajišťuje komplexní podporu zákazníka v dané oblasti (např. provozuschopnost stroje, kvalita a stabilita produkce, vysoká produktivita tisku atp.). Součástí takové smlouvy je pak např. pokrytí problematiky spotřebních materiálů, softwarů a celého výrobního workflow a třeba i samotné pořízení stroje a zajištění jeho vysokého výkonu.

LIFECYCLE SMART

Smlouva (Lifecycle) Smart zahrnuje kromě servisu na úrovni Maintenance smlouvy také dodávky spotřebních materiálů (barev, desek a doplňkového sortimentu) vč. veškerého servisu a odborného zázemí k nim. Heidelberg vedle specialistů na materiály disponuje rozsáhlým know-how pro stroje a aplikace a toto know-how zákazníkům poskytuje. Tiskoví instruktoři se zákazníky pravidelně konzultují řešení tiskových problémů, zvyšování produktivity tisku nebo zavádění nových aplikačních možností. Nejde tedy ve výsledku o pouhou dodávku spotřebního materiálu, jako spíše o dlouhodobé a komplexní řešení celé oblasti spotřebních materiálů, za kterou Heidelberg přebírá odpovědnost. Odpadají tak nepříjemné situace, kdy na sebe při problémech jednotliví dodavatelé materiálů, CtP, tiskových strojů atp. přehazují odpovědnost.

Spotřební materiály lze pochopitelně dodávat i mimo servisní smlouvu, ale ve spojení se smlouvou získává zákazník odborné a servisní zázemí, pravidelné konzultace v rámci kontraktu a hlavně garanci Heidelbergu, že spotřební materiály v tiskárně „budou fungovat“. Zákazník se smlouvou Smart navíc získává slevu až 15 % na veškerý servis a náhradní díly.

LIFECYCLE PLUS

Péče o zákazníka může jít ale ještě dále. Spolu s oblastmi servisu, náhradních dílů a spotřebních materiálů je možné smluvně ukotvit i komplexní podporu v oblasti workflow a softwaru (Prinect). V takovém případě jde o smlouvu (Lifecycle) Plus. Uzavřením této smlouvy získává zákazník pronájem kompletního balíku softwarů vč. všech upgradů a permanentní odborný servis zajišťující nejen implementaci, odstraňování problémů, školení atp., ale také průběžné konzultace a společné hledání ideálního řešení pro danou tiskárnu.

SUBSCRIPTION MODEL

Vrcholem pomyslné pyramidy je tzv. Subscription, kdy Heidelberg zajišťuje naprosto vše pro provoz stroje (veškerý servis, díly, materiály, konzultace, školení obsluhy, upgrady SW apod.). Tento model může být aplikován na stávající stroje nebo lze v rámci Subscription zahrnout do měsíčních splátek i pořízení nového stroje. V takovém případě je poskytnutá služba ze strany Heidelbergu na tak rozsáhlé úrovni, že garantuje i výkony stroje, jeho výrobní kapacity atp. ■

TRH SE UKLIDNÍ A UVĚDOMÍME SI, ŽE CASH IS KING

O tom je přesvědčen investor a analytik František Bostl, který se letos umístil v prestižním žebříčku Forbes 30 pod 30. V roce 2017 založil STARTEEPO zabývající se financováním českých firem, spravuje vlastní etický fond NEW AGE FUND a snaží se kultivovat českou ekonomiku. Přestože se skupina STARTEEPO obrátově dostala na přibližně 12 milionů korun, Františka Bostla nejvíce baví flexibilita a možnost pracovat celý den v teplácích. Proč by se měly firmy chtít dostat na burzu a jak koronavirus ovlivnil české firmy, jsme se zeptali Františka Bostla v rozhovoru, který jsme realizovali na začátku dubna on-line a v teplácích.



j

ak ovlnil koronavirus české firmy a českou ekonomiku?

Bohužel ve vládě sedí lidé, kteří nějak nechápou, co firmy potřebují. Nejsou schopni pochopit, že firmy potřebují pomoci ihned tím, že jim stát odpustí maximum toho, co může. Je to pak jednoduchá matematika. Když nepomůže stát, tak přijde na řadu propouštění, protože zaměstnanci tvoří 50–60 % nákladů firem. Vidíme, že nezaměstnanost raketově stoupá, což je horší případ než v roce 2008, kdy stoupala postupně. Záleží samozřejmě na tom, jak rychle se firmy a spotřebitelé oklepou. Je tu scénář, že by se mohl opakovat rok 2008, ale nezachraňovaly by se banky, ale jednotlivé firmy. Životní zkušenost zkrátka ukazuje, že cash is king (hotovost je král) a je potřeba mít zdravé finance. Určitě se budou vytvářet větší rezervy, což logicky zpomalí nejen investice, ale také spotřebu obecně. Je možné, že epidemie se stanou běžnou součástí podnikatelského rizika, pak litují všechny provozovatele hospod a hotelů. Budou se určitě přelévát investice. Třeba elektromobilita a jiné nové technologie pocítí oslabení, stejně tak environmentální projekty. To není příliš dobrá zpráva pro tuto planetu. Teď jsme na takovém rozcestí, kdy může přijít ledacos.

Co konkrétně se mění ve firmách?

Koronavirus ukázal firmám, jak jsou připravené třeba na home office, a ukazuje jim, jak je skvělá digitalizace. Je to silící trend. Firmy, které to doteď nechápaly, to teď ur-

čitě pochopily. Myslím si, že spousta firem bude přecházet na model, kdy je zásadní odvést práci a úkoly než někde sedět x hodin. Lidé jsou v takovém případě mnohdy produktivnější, protože budou chtít mít práci dříve hotovou. Stejně tak vzrůstá potřeba výpočetních hodnot a dat, například 5G sítě, optika apod. Vidíme to i nyní, kdy všichni sledují Netflix a sítě u nás nestíhají. Chytré investice jistě půjdou tímto směrem – do digitalizace. Stejně tak se bude měnit styk se zákazníky a odběratelsko-dodavatelské vztahy, budou se více digitalizovat, například pomocí elektronického podpisu. Celkově lidé začnou trochu jinak přemýšlet. Tahle epidemie nebyla na 14 dní, zůstane v hlavách lidí dlouho.

Pomáháte českým firmám dostat se na burzu. Proč by o to firma měla usilovat?

Soustředíme se na firmy s obratem nad 100 milionů korun, což je předpoklad (samozřejmě ne vždy), že má firma nějakou historii, velikost apod. Na burzu by firmy měly jít pro pasivní kapitál, tedy pro kapitál, který není od bank ani strategických investorů. Banky mají drsný reporting a omezují rozvojový plán a strategičtí investoři se snaží stát tzv. u kormidla. Burza je o pasivním příjmu, kdy oslovujete lidi, které zajímají „jen“ finanční výsledky firmy. Za mě je burza skvělá možnost, jak získat peníze do firmy, aniž byste ztratili kontrolu a užíralo by vás, že jste prodali podíl nějakému investorovi. Další věc je, že

Burza je skvělá možnost, jak získat peníze do firmy, aniž byste ztratili kontrolu a užíralo by vás, že jste prodali podíl nějakému investorovi.

všichni naši emitenti jsou velmi dobře bráni v zahraničí, protože být na burze něco znamená. Jste mnohem transparentnější, což ocení B2B klienti. Zároveň je to fajn PR pro B2C zákazníky. Je to také cesta, jak se firmy elegantně zbavit do budoucna. Můžete teď prodat třeba 20 % firmy, postupně vyexitovat, část podílu převést na děti, které budou v dozorčí radě, a firmu bude řídit profesionální management. Firmu jste tak zafixovali v rámci rodiny a nebude vás tlačit nějaký fond či investor. Důvodů je samozřejmě více.

Co obnáší dostat firmu na burzu?

Je to několikaměsíční proces. Potřebujete mít auditované výsledky za 2 roky. Hotový prospekt, který schvaluje ČNB, a my

společně s právníky to připravujeme. Prospekt je zjednodušeně 60stránkový dokument představující vaši firmu, finanční plány, podnikatelské záměry a vše s tím spojené. Jakmile tohle máte hotové, můžete se pustit do roadshow mezi jednotlivými investory a fondy. Potom přijde finále v podobě 14denní aukce, kdy se připsí akcie investorům, získáte peníze a jste kótováni na burze. Dá se to vše zvládnout za 4–6 měsíců.

Jak jsou na tom české firmy, mají zájem o vstup na burzu? A jsou na to připravené?

Jsem v kontaktu s desítkami firem, které mají zájem o vstup na burzu, ale často čekají na nějakou příležitost na trhu. Ten zájem je opatrný, dá se říci konzervativnější. Firmy často vyčkávají

2–3 roky, jak to vše bude fungovat. Jsou ale i střelci a super firmy, se kterými do toho jdeme hned. Burza není úplně běžný nástroj pro financování. Těch velkých firem u nás už tolik není. Právě menší firmy mohou z obratu 100 až 200 milionů korun vytvořit miliardu až dvě. Můžeme takhle vybudovat nový kapitálový trh a dát možnost českým investorům a vlastně i samotné ekonomice růst. Ten koncept mě baví, protože dává obrovský smysl pro celou společnost. Může to být jedna z nejlepších strategických věcí, které se české ekonomice mohou stát. Bude tady pro firmy alternativa k bankám. Udrží to české společnosti v rukou českého kapitálu a dá to možnost českým investorům, respektive českým občanům, investovat skrze třeba penzijní fondy do českých firem, a budou tak moci vydělávat na růstu ekonomiky, do které dnes dávají peníze formou různých odvodů. ■

NOVÝ SPEEDMASTER 2020 S UMĚLOU INTELIGENCÍ

Navzdory skutečnosti, že termín veletrhu drupa 2020 musel být kvůli koronakrizi přesunut až na další rok a Heidelberg již ohlásil svou neúčast, naše týmy již uvedly připravené novinky na trh. Změny realizované před drupou 2020 na technologiích Heidelberg patří k nejpropracovanějším hardwarovým a softwarovým inovacím, které v posledních letech v polygrafii proběhly. Nejpřesvědčivějším příkladem je nová generace tiskových strojů Speedmaster. Speedmaster generace drupa 2020 těží ze zkušeností a využívá umělou inteligenci.



O

d dubna 2020 jsme do sériové výroby uvedli vůbec nejinteligentnější a nejautomatizovanější Speedmaster. Nová generace tiskových strojů Speedmaster pochopitelně navazuje v hardwaru i softwaru na předchozí modely. Prohlubuje také využití všech aplikací řídicích principů a systémů, jako je Push to Stop, Smart Print Shop a mnoha dalších.

Dlouhodobým trendem ve vývoji tiskových strojů Speedmaster je posun od mechanických inovací k inovacím softwaru a celkové optimalizaci výrobních procesů v polygrafii. Naši specialisté, kteří tvoří mohutnou vývojovou základnu značky Heidelberg, vždy při inovacích vycházeli z potřeb zákazní-

ků. Při přípravě strojů Speedmaster 2020 byl tento přístup ještě posílen. V celosvětovém průzkumu názorů a zkušeností více než tisíce zákazníků jsme identifikovali čtyři klíčové oblasti, které vyjadřují v souhrnu současné výzvy, jež před nás klade polygrafický průmysl: jedná se o rostoucí nároky na komplexnost všech řešení, nedostatek zkušených polygrafických pracovníků na trhu práce, sílící konkurenční tlak a růst významu digitálních platforem.

Speedmaster User Experience (UX)

V minulém období jsme se soustředili na technické inovace a dosáhli jsme v nich obrovského pokroku. V celkové efektivitě využití tiskového stroje však v praxi tiskáren zůstávají velké rezervy. Při vývoji tiskových strojů Speedmaster 2020 jsme se proto zaměřili také na řízení celého procesu tisku. Nový koncept Heidelberg Speedmaster User Experience (UX) znamená, že novinky a změny vycházejí z praktických zkušeností a odezvy od zákazníků, tzn.

ZÁKLADEM APLIKACE UMĚLÉ INTELIGENCE JE AUTOMATICKÝ SYSTÉM PŘEDNASTAVENÍ STROJE PRESET 2.0, KTERÝ VYCHÁZÍ Z ANALÝZY 600 000 TISKOVÝCH ZAKÁZEK.

uživatelů tiskových strojů Speedmaster. Koncept UX svými jednotlivými hardwarovými a softwarovými systémy v podstatě vede operátora tiskového stroje, aby byl pomocí intuitivních kroků s podporou komplexní digitalizace a automatizace schopen dosahovat vysoké efektivit. Softwarová výbava stroje má v mnoha případech samoučící charakter s prvky umělé inteligence.

Koncept Heidelberg Speedmaster UX zahrnuje celý soubor efektivních nástrojů na komplexní podporu operátora. Uvedme si aspoň některé. Obsluha stroje má k dispozici nový kompletní operační systém stroje Speedmaster, jenž zahrnuje řízení všech jeho funkcí. Součástí konceptu UX je také systém automatického řízení stroje Push to Stop, jímž je nyní možné vybavit všechny modely tiskových





Ovládání stroje nebylo nikdy jednodušší a efektivnější. Obsluha stroje má k dispozici nový kompletní operační systém stroje Speedmaster, jenž zahrnuje řízení všech jeho funkcí.

› strojů Speedmaster. Patentovaný systém Intellistart 3 zahrnuje automatické řízení všech dílčích operací při změně zakázky bez zásahů operátora. Obsluha stroje má k dispozici také novou verzi projekční plochy Wallscreen XL, na které se jí pomocí systému Intellirun zobrazují všechny informace o zakázce. Aktuální stav jednotlivých tiskových jednotek znázorňuje LED signalizace na krytech tiskových věží. Tiskový stroj je v tiskárně součástí průmyslového procesu polygrafické výroby. Řízení stroje a color management pomocí systému Prinect Press Center 3, resp. Prinect Press Center XL 3, je integrováno do kompletního workflow Prinect.

Umělá inteligence

Tiskové stroje Speedmaster 2020 jsou dalším výrazným krokem, k využití umělé inteligence v polygrafii. Základy

umělé inteligence naznačují směr, jímž v Heidelbergu přemýšlíme o budoucnosti polygrafie. Funkce, resp. prvky, Speedmaster Artificial Intelligence mají schopnost učit se z dat nashromážděných při zpracování zakázek. Některé algoritmy, například nastavení stroje, se v procesu používání tiskového stroje automaticky optimalizují.

KONCEPT UX V PODSTATĚ VEDE OPERÁTORA TISKOVÉHO STROJE POMOCÍ INTUITIVNÍCH KROKŮ S PODPOROU DIGITALIZACE A AUTOMATIZACE K DOSAHOVÁNÍ VYSOKÉ EFEKTIVITY.

Funkce a prvky umělé inteligence při řízení tiskových strojů Speedmaster podporují automatické nakonfigurování parametrů a posloupností tiskových zakázek, aniž by byl potřebný zásah operátora. Základem aplikace umělé inteligence je automatický systém přednastavení stroje Preset 2.0, který vychází z analýzy 600 000 tiskových zakázek. Řízení barevnosti zajišťují nástroje Color Assistant Pro. Nastavení práškování řídí Powder Assistant. Inteligentní systém mytí zajišťuje Wash Assistant. Systém Plate

to Unit provádí plně automatickou dopravu tiskových desek až do tiskových věží.

Cílem našich odborníků na vývoj hardwaru i softwaru tiskových strojů Speedmaster je minimalizace zásahů obsluhy při kontinuálním zpracování proudů zakázek.

První instalace

Speedmaster 2020 není jen vizí, ale realitou. Zatímco někteří o sofistikovaných řešeních mluví, my je realizujeme. Důkazem jsou první dvě instalace nových tiskových strojů Speedmaster 2020 v České republice. O dva špičkové nové stroje Speedmaster v generaci 2020 rozšířil svůj strojový park největší výrobce knih na našem území, československý FI-NIDR. Detailní informace o instalacích těchto strojů přineseme v příštím vydání Magazínu Heidelberg. ■

MATÉRIO PRAGUE

Návrat k přírodě, inovace, udržitelnost a opakovatelnost – to jsou hlavní hybatelé určující světové trendy na všech úrovních globálního trhu.

a

aktuálně používané materiály i způsob práce s nimi a jejich využití přináší odpovědi (ale i otázky) na nejrůznější výzvy. Zvyšujícím se množstvím odpadů počínaje, přes klesající zásoby neobnovitelných zdrojů a měnícími se hodnotami a životním stylem spotřebitelů konče. matériO přináší svěží vítr do segmentu materiálů napříč všemi kreativními obory se zaměřením na obnovitelnost, ekologii a minimalizaci odpadu. matériO Prague představuje centrum pro inovativní materiály, které je součástí mezinárodní sítě matériO, a to již od roku 2011, s pobočkami v Praze, Paříži, Shanghai a Soulu. Pražskou pobočku provozuje firma Happy Materials. Součástí centra je speciální knihovna, čítající více než 3 000 fyzických materiálových vzorků, která spolu s ostatními pobočkami matériO nabízí komplexní on-line databázi obsahující přes 8 300 typů materiálů. Cílem je propojovat kreativní obory s vědou, výzkumem i samotnými výrobci. Středobodem matériO Prague jsou odborné semináře Towards New Materiality rozdělené do čtyř nosných témat: No More Waste, Bio-solutions, Digital Craft a Sensory Experience. Mezi klienty matériO Prague patří hlavně výrobní podniky, vysoké školy, designérská i architektonická studia a módní návrháři s orientací na problematiku inovativních materiálů a technologií. Členství si mohou zakoupit jednotlivci i firmy. K nejpoptávanějším službám patří přednášky, vzdělávací semináře, rešerše nebo analýzy LCA (Life Cycle Assessment / metodika hodnocení životního cyklu výrobků a materiálů). Cílem jsou v podstatě vždy inovativní, ekologické, udržitelné a cirkulární trendy. Ze zajímavých spoluprací jmenujme například Czech Tra-

de, Umprum, UTB, Západočeská univerzita – Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara, AVU, GRUND, Clutext, Preciosa, Eyelevel, ŠKODA, Antalis, Rizlly, AGC, Tre-vira. Zajímavou službu z oblasti vzdělávání představuje také workshop Sustainability, díky němuž se firmy dokáží komplexně zorientovat v problematice udržitelnosti. Z potenciálu matériO Prague vznikl v roce 2013 on-line magazín Material Times, který s knihovnou poji společná témata materiálů a technologií přenesená do širších souvislostí. Obsah je volně dostupný na webu materialtimes.com. Pobočka matériO Prague vznikla díky grantu Evropské unie Transfer of Innovation a míří především do segmentu B2B. Navštivte showroom matériO na adrese Říčanova 19, 169 00 Praha 6. Další informace najdete na www.materioprague.cz. Staňte se členem matériO Prague a mějte přehled o nových materiálech! ■

ÚSPECH OBCHODU SPOČÍVA V SYNERGIÁCH

Ing. Ľuboš Beko pôsobí v obchodnom oddelení našej spoločnosti Heidelberg na Slovensku už takmer dvadsať rokov. Skúsenejší obchodník nám v marci priblížil výsledky firmy za rok 2019, predstavil najdôležitejšie služby a produkty spoločnosti a zhodnotil slovenský polygrafický trh za uplynulý rok.

a

ká je v súčasnosti situácia slovenského polygrafického trhu?

Situácia na slovenskom polygrafickom trhu nie je veľmi priaznivá, pretože zisky a tržby medzioročne klesajú. V roku 2019 boli tržby na úrovni 230 miliónov eur a zisk 1,5 %. Tak ako v každom odvetví, aj v polygrafii ide najmä o efektivitu a udržateľnosť jednotlivých subjektov na trhu.

Ako je na tom trh kvalitatívne, čo sa týka úrovne technologického vybavenia?

Toto je veľmi aktuálna téma, s ktorou sa stretávam takmer každodenne. Malé a stredné podniky investujú do nových technológií v priemere každých desať rokov a priemyselné podniky asi každých päť rokov. Dnešná doba veľmi nepraje novým

investíciám a tieto cykly sa predlžujú. Veľmi častý je aj záujem o nákup použitých technológií.

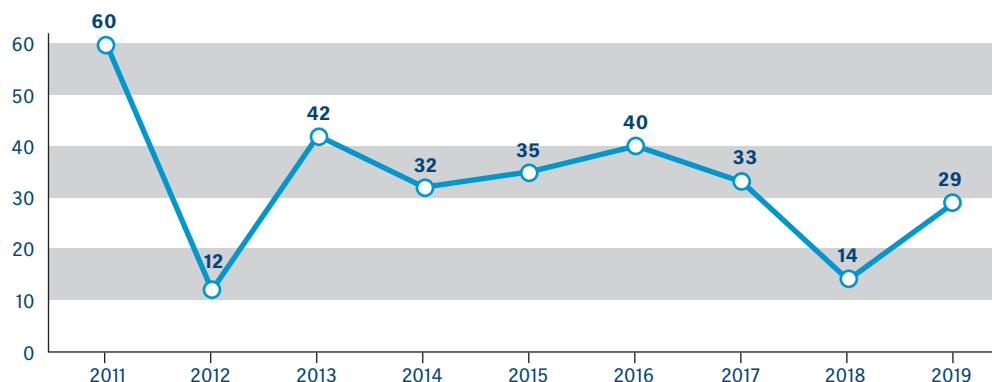
Kde sa momentálne spoločnosť nachádza v rámci trhu? Aká je jeho pozícia na Slovensku oproti konkurencii?

Heidelberg Slovensko, s. r. o. je na vrchole z hľadiska technológií v krajine. Minulý rok sme dosiahli podiel 80 % v predaji nových technológií na slovenskom trhu. Je veľmi zaujímavé, že celosvetovo predaj segmentu vo formáte B2 klesá, ale na Slovensku sme mali predaj výlučne v tomto formáte. Je to spôsobené samozrejme veľkým počtom tlačiarň stredných veľkostí.

Heidelberg ďalej pracuje aj s použitými strojmi. Ako vám funguje tento segment?

Firma Heidelberg Slovensko, s. r. o. je v tomto segmente veľmi úspešná. V predaji použitých strojov a zariadení sme lídrami na našom trhu s výrazným medzioročným nárastom. Tento segment je pre nás kľúčový. Sme veľmi radi, že klienti do nás vložili dôveru a my im dokážeme veľmi dobre zhodnotiť ich pôvodné zariadenia. Pri výkupe sa orientujeme na všetky značky na polygrafickom poli.

Predaj nových jednotiek archových strojov na Slovensku za posledných 9 rokov



Posledných 9 rokov predaj nových jednotiek (tlačových, lakovacích či sušiacich) mierne klesal, čo zodpovedá celoeurópskemu trendu.

Aké služby ponúkate v oblasti servisu? Máte zabezpečené pokrytie po celom Slovensku do niekoľkých dní?

Samozrejme, servis je jedným z kľúčových parametrov, prečo sa klienti rozhodnú kupovať naše stroje. Jednoznačne platí, že čím viac inštalácií máme, tým lepšie vieme reagovať na vzniknuté problémy a ich rýchlu diagnostiku. V dnešnom svete technológií implementujeme klientom včasné odhaľovanie problémov a samozrejmosťou je „Remote control“, kde na diaľku vieme vyriešiť chyby a ušetriť náklady klientov. Heidelberg je schopný pokryť servisne celé Slovensko. Spolupráca sa posunula na vyššiu úroveň a momentálne poskytujeme zmluvy „Lifecycle smart“ a „Lifecycle plus“, ale aj „Subscription smart“ a „Subscription plus“.

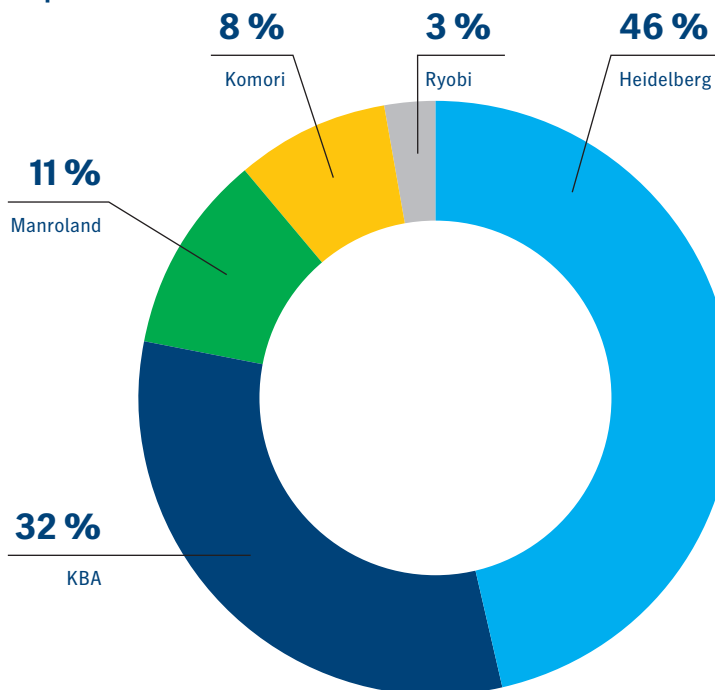
Aké najväčšie príležitosti vidíte na slovenskom trhu?

Na slovenskom trhu vidím príležitosti v obnove technológií. Myslím si, že sa presmeruje na dlhé tlačové stroje s obracačom, nakoľko vnímame výrazný tlak na prevádzkové náklady a zvyšovanie efektivity. Ďalej vidím výrazný priestor pre predaj vysoko efektívnych strojov s modernými technológiami, ako je „Push to Stop“ nielen nových, ale aj zánovných technológií, ktoré už majú tieto opcie.

Ako sa darí spoločnosti Heidelberg uvádzať na trh nové, inovatívne modely? Majú o ne klienti záujem alebo hľadajú overené a tradičné riešenia?

Darí sa nám veľmi dobre, nakoľko sme ako jedni z prvých implementovali „Subscription model“ a zavádzame ďalšie „Lifecycle zmluvy“, ktoré sa našim klientom páčia a vítajú ich. S klientami je po-

Slovenský trh podľa dodávateľov



Za posledných 9 rokov sa na slovenskom trhu predalo celkovo 297 jednotiek archových strojov. Na trhu dlhodobo dominuje Heidelberg.

Klienti sa často vracajú do minulosti a spomínajú na staré časy, no je potrebné, aby pozerali do budúcnosti a prispôbovali sa podmienkam na trhu.

trebné veľa diskutovať, vysvetľovať im naše riešenia. Často sa vracajú do minulosti a spomínajú na staré časy, no je potrebné, aby pozerali do budúcnosti a prispôbovali sa podmienkam na trhu.

Vnímate vzrastajúci záujem o digitalizáciu a automatizáciu od klientov?

Samozrejme, klienti majú záujem a snažia sa kupovať stroje s vysokým stupňom automatizácie. Ak je táto investícia pre nich príliš vysoká, sú ochotní investovať aj do použitých zariadení. Som presvedčený, že na slovenskom trhu prebehne veľa inštalácií, kde automatizácia bude hrať veľkú rolu v „preprese“, „presse“, ale aj „postprese“ (automatizované rezacie linky, compucut system, falcovacie aparáty s P stackerom atď.).

Ako je na tom Heidelberg v rámci udržateľnosti a problematiky ochrany životného prostredia? Chcú firmy ísť aj touto cestou?

Heidelberger Druckmaschinen AG je priekopníkom v oblasti udržateľnej výroby a vývoja produktov. Nové a efektívne technológie vedú k výrazným zvýšeniam produktivity a výrazným zníženiam emisií CO₂ na hárok. Na Slovensku máme tiež inštalácie CO₂ neutrálnych strojov a dbáme aj na vybraný spotrebný materiál, ktorý musí dosahovať tie najlepšie výsledky z hľadiska efektivity, účinnosti a spotreby. Pre ilustráciu by som uviedol náš tlačový stroj Speedmaster „Anicolor“, ktorý vďaka svojej unikátnej technológii výrazne znižuje makulatúru a šetrí tak náklady.

Pociťujete, že trendy v oblasti polygrafie prichádzajú na Slovensko s oneskorením oproti krajinám viac na západe? ➤

» Vnímam to ako prirodzený proces. Všetky trendy sa najprv uplatňujú v Nemecku, kde Heidelberg môže rýchlo reagovať na stav, keď je potrebné hľadať nové riešenia. Postupne, keď sa nové trendy plnohodnotne etablojú vo vyspelých krajinách, tak sa transformujú aj na náš trh.

Ciele spoločnosti na rok 2020?

Naším cieľom je udržať pozíciu značky Heidelberg na našom trhu ako lídra v technológiách a túto prednosť pretaviť do úspešného predaja. Dúfam, že drupa nám ukáže nové príležitosti a naši klienti sa nadchnú pre naše riešenia (Rozhovor vznikol ešte pred zmenou termínu veľtrhu drupa z dôvodu šírenia koronavírusu, pozn. autora).

V akej situácii sa momentálne nachádza polygrafický trh po kríze spojenjej s COVID-19?

Od mája môžeme hovoriť o miernom náraste produkcie. Vo všeobecnosti a z dlhodobého hľadiska trh rastie len veľmi pomaly. Stále sa nachádzame hlboko pod minuloročnou produkciou výroby. Na druhej strane, obalový priemysel je dokonca mierne nad úrovňou produkcie v porovnaní s minulým rokom, avšak komerčné tlačiarne dosahujú v medziročnom porovnaní v priemere 80 % objemu produkcie voči roku 2019. Myslím si, že súčasný stav má síce tendencie pozitívneho rastu, ale opäť sa blíži letné obdobie, ktoré pre polygrafiu nie je „high season“.

Ako sa firme darí v súčasnej situácii spojenej s koronavírusom?

Firma Heidelberg veľmi pružne reagovala počas



**Ing. Ľuboš Beko,
Heidelberg Slovensko, s. r. o.**

Ing. Ľuboš Beko pracuje v spoločnosti Heidelberg od roku 2000. Je absolvent Slovenskej technickej univerzity v odbore Polygrafia a aplikovaná fotochémiá. Pôsobí na pozícii Sales Manager, kde sa venuje obchodnej činnosti v oblasti tlačiarenských strojov a komplexných riešení pre klientov z polygrafického priemyslu.

krízového obdobia. Vznikol dostatočný priestor pre rôzne workshopy a vzdelávania interných zamestnancov. Som toho názoru, že práve tieto aktivity nás môžu spoločne posunúť k prosperite v budúcom období. Samozrejme, isté „zoštiehľovanie firmy“ ako aj redukcia portfólia bola prirodzeným výsledkom procesu, ktorý začal už počas krízového obdobia.

Aké kroky Heidelberg podstúpil po vypuknutí pandémie a nastolení krízového režimu na Slovensku?

**Je veľmi zaujímavé,
že celosvetovo predaj
segmentu vo formáte B2
klesá, ale na Slovensku sme
mali predaj výlučne v tomto
formáte.**

Tak ako ďalšie priemyselných odvetvia, aj my sme opustili naše pracoviská a preorientovali sa i na „home office“, ktorý sa stal súčasťou nášho života na dlhšiu dobu. Našou prioritou bolo, aby sme mohli zostať v kontakte s klientmi. Z tohto dôvodu sme sa snažili aspoň na sociálnych sieťach podporovať zákazníkov, aby sa i v ťažkých časoch na nás mohli spoľahnúť. Absolvovanie on-line mítingov sa stalo dennou súčasťou našich pracovných dní.

Ovplyvnila kríza vaše business plány a stratégie pre blízku budúcnosť?

Myslím si, že Heidelberg veľmi efektívne pripravil klientov počas krízy na obdobie, ktoré príde po nej. Obdobie sme využili na opravy, údržby zariadení a teraz je ten správny čas, kedy sa klienti môžu opäť naplno venovať biznisu a spoľahlivo plniť nastavené ciele. Osobne si myslím, že silné firmy s jasnou víziou do budúcnosti využili toto obdobie na prípravu rastu a napredovania.

V prípade, že podobná situácia nastane znovu, napríklad v prípade tzv. „druhej vlny“, je firma lepšie pripravená čeliť krízovej situácii?

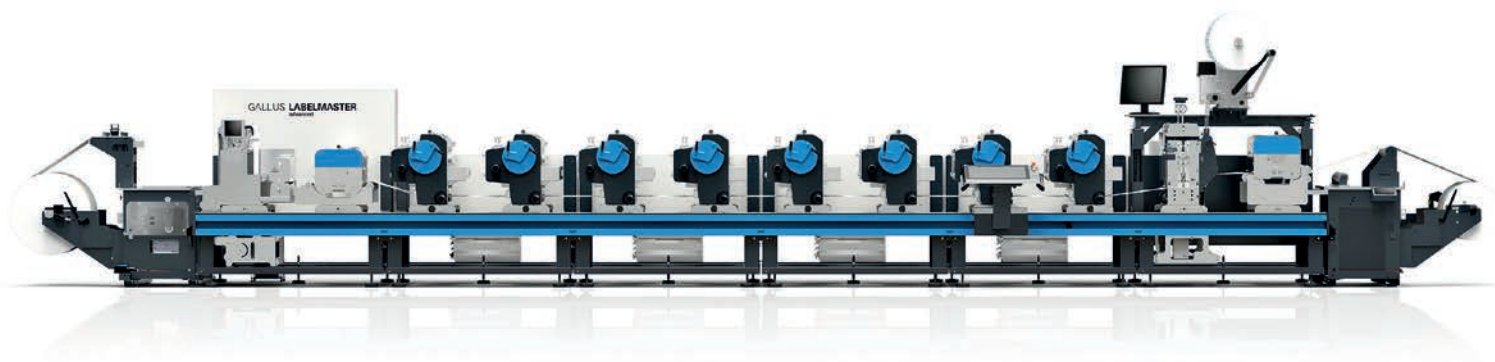
Pevne verím, že áno, lebo každá kríza zanechá určitú črtu a zmení návyky spolupráce s našimi klientmi, či už na internej, ale aj externej úrovni. Myslím si, že veľmi pružne dokážeme využívať komunikačné platformy, ktoré ponúkajú sociálne siete. Firma Heidelberg sa výrazne posúva do digitálneho priestoru pokiaľ ide o komunikáciu, demo prezentácie, ale v neposlednom rade aj vo vývoji vysoko autonómnej tlače, ktorá bude predstavená na drupe. ■

VSTŘÍC INOVACÍM

Když potkáte světaznalého investora, jako je Jan Zadák, který 20 let pracoval v nadnárodním technickém gigantu Hewlett-Packard, nenecháte si ujít příležitost zeptat se ho na otázku: „Na co by se firmy měly zaměřit, aby nakročily vhodně do budoucnosti?“ Odpověď zní: „Na inovace.“ Ano, inovace jsou klíčem k tomu, aby se firmy dokázaly přizpůsobit rychle se měnícímu (nejen) byznysovému prostředí. V roce 1997 počítač (IBM) poprvé porazil šachového mistra Garryho Kasparova. Dnešní chytré telefony jsou 15× výkonnější než ten IBM počítač, který vyhrál zmíněný zápas. Podle odhadů by v letošním roce mělo mít svůj chytrý telefon až 80 % lidí z celého světa. Všude kolem nás jsou nejen chytré telefony, ale také pojmy jako internet věcí, digitalizace, automatizace, nanomateriály, rozšířená realita, umělá inteligence, robotizace, 3D tisk, blockchain apod. Občas se může zdát, že vše běží příliš rychle. Pokud ale chceme zvládnout přechod do digitální ekonomiky, který se podle Jana Zadáka týká všech a který přinese kompletní změnu od hodnotových řetězců, přes odlišný trh práce, až po digitální transformaci byznysu, budou inovace naprosto nezbytnou součástí všech našich činností. Naštěstí nám Čechům jsou inovace celkem blízké. Podle společnosti Bloomberg, jež každý rok tvoří žebříček Innovation Index, se Česká republika pro rok 2020 umístila na pěkném 24. místě. Využijme toho a vykročíme vstříc technologickým i netechnologickým inovacím, které nám pomohou být úspěšnými! ■

GALLUS LABELMASTER 3× JINAK

Gallus Labelmaster se setkal s mimořádným zájmem zákazníků ihned po svém představení v roce 2016. Česká republika není výjimkou. V loňském roce proběhly v ČR hned tři významné instalace Gallus Labelmaster 340 a 440.



g

allus Labelmaster představuje špičkové zařízení pro etiketáře a obaláře. Výhodou stroje jsou především rychlost, spolehlivost, jednoduchost a velká variabilita. Stroj nabízí vysokou produktivitu při skvělém poměru ceny a výkonu. Je k dispozici ve verzích (šířích role) 340 a 440 mm a v konfiguracích od ekonomického základního modelu po plně vybavenou verzi. Určitě není

bez zajímavosti, že jsme začali původně nabízet Gallus Labelmaster pouze ve verzi (šíři) 440, ale postupem času jsme přidali verzi Labelmaster 340. Hlavním důvodem bylo, že jsme chtěli nabídnout ještě ekonomičtější model pro menší zakázky. Gallus Labelmaster byl uveden na trh v roce 2016 (první představení proběhlo v rámci veletrhu drupa 2016) coby zcela nový koncept v oblasti tisku etiket. Od té doby si stihl stroj vybudovat skvělé renomé jak v rámci České a Slovenské republiky, tak i po celém světě.

Benefity Gallus Labelmaster

V roce 2019 proběhly v ČR hned 3 instalace, do každého provozu v odlišné konfiguraci dle požadavků a tiskové produkce konkrétní tiskárny. Ve verzi od osmi do deseti flexotiskových jednotek, s kombinací sušení UV a horkým vzduchem, s tiskem do lepidla, studenou ražbou a výseky se jedná ve všech třech případech o velice efektivní posilu dosavadního strojového parku. Gallus Labelmaster nové generace nabízí zvýšení rychlosti tisku až na 200 m/min, díky čemuž lze dosáhnout snížení termínů a zároveň rapidně zvýšit kvalitu produkce. Kromě vysoké rychlosti tisku v HD kvalitě disponují stroje Gallus Labelmaster jednoduchým ovlá-

dáním, přesným a stabilním soutiskem a automatizačními prvky pro efektivní řízení stroje, čištění tiskových desek či rozpoznání přetržení dráhy materiálu.

Instalace v Čechách

Gallus Labelmaster 340/440 je v provozu v tiskárnách OTK GROUP, a. s., Colonia Press, a. s. a KRÁLÍČEK s. r. o. Na těchto třech příkladech je vidět vysoká flexibilita stroje Gallus Labelmaster, který lze plně přizpůsobit konkrétním a lišícím se požadavkům tiskárny (v každé z uvedených tiskáren je nainstalován stroj v jiné konfiguraci). ➤

KRÁLÍČEK S. R. O.

Jedná se o flexotiskový provoz s počtem cca 40 zaměstnanců. Od začátku se zaměřují na samolepicí etikety, které tvoří zhruba 95 % produkce. Spolu s přestěhováním firmy do nových moderních prostor zde byl na jaře 2019 nainstalován stroj Gallus Labelmaster 340, a to jako vůbec první instalace Labemasteru v ČR. Jedná se o konfiguraci s šíří tisku 340 mm, s celkem osmi flexotiskovými jednotkami, dále tiskem do lepidla, studenou ražbou a výsekem. Pořízení stroje navázala firma na velmi dobrou zkušenost se stroji Gallus, která započala před více než deseti lety pořízením stroje EM 280, jenž spolehlivě slouží dodnes. Petr Králíček, jednatel společnosti KRÁLÍČEK s. r. o., k pořízení zařízení Gallus Labelmaster řekl: „Naše zakázky přešly do stádia, kdy jsme potřebovali rozšířit strojový park. Vzhledem k velmi dobrým vztahům i zkušenostem jsme se rozhodli pro Gallus Labelmaster 340. Lákalo nás také, že šlo o první instalaci v ČR. Až od Heidelbergu jsme pořídili první stroj, který nám umožnil dostat se do takové té vyšší sféry tisku etiket.“

AŽ OD HEIDELBERGU JSME POŘÍDILI STROJ, KTERÝ NÁM UMOŽNIL DOSTAT SE DO TAKOVÉ TÉ VYŠŠÍ SFÉRY TISKU ETIKET.

PETR KRÁLÍČEK
JEDNATEL
KRÁLÍČEK S. R. O.

OTK GROUP, A. S.

Představuje zcela opačný protipól k předchozí tiskárně. Historie kolínské společnosti sahá až do roku 1879. Na přelomu nového milénia proběhla první fáze intenzivního investičního programu, zejména v oblasti technologií pro flexibilní obaly, samolepicí a grafické etikety. OTK je polygrafický gigant s mnoha tiskovými technologiemi, jejichž portfolio zahrnuje širokou škálu produktů od flexibilních obalů, přes pивní etikety, samolepicí etikety až po shrink sleeve. Právě výrobu posledně jmenovaných tiskovin se rozhodli zefektivnit pomocí UV flexotiskového stroje Gallus Labelmaster 440, který byl instalován začátkem května 2019. Je v konfiguraci šíře 440 mm, s počtem devět flexotiskových jednotek, dva výseky, tisk do lepidla, studená ražba a UV sušení. Jedná se již o několikátý stroj značky Gallus v tomto provozu. Labelmaster navázal na instalace několika strojů řady EM. „V posledních letech jsme investovali do modernizace a navýšení kapacity úzké dráhy tisku. Po nákupu dvou tiskových strojů Gallus řady EM byl Gallus Labelmaster jasnou volbou. Tento stroj nám umožňuje tisknout všechny produktové skupiny z portfolia OTK GROUP, navíc nové technologie významně zvyšují produktivitu výroby,“ vysvětlil pořízení nového tiskového zařízení Tomáš Latinák, Business Unit Director OTK GROUP, a. s.

COLOGNIA PRESS, A. S.

Z pohledu velikosti firmy jde o provoz ležící někde uprostřed mezi oběma zmíněnými tiskárnami. Kolínská Cognia Press, a. s. zaměstnává 130 lidí a zaměřuje se na výrobu náročných obalů a etiket (samolepicí, bezpečnostní, peel-off, chytré etikety, etikety bez tisku, braille etikety, grafické etikety, shrink sleeve a další). Tomu odpovídá i jejich nový Gallus Labelmaster, který zde mají v nejvyšší možné konfiguraci: šíře tisku 440 mm, deset flexotiskových jednotek, horká i studená ražba, non-stop odvin i návín (Martin Automation – ve své třídě naprostá špička na trhu), 100% kontrola, tisk do lepidla, dvě výměnné síťotiskové jednotky, dva výseky. Také v Cognia Press strojem Labelmaster navázali na dobrou zkušenost s dalšími stroji Gallus, ať už jde o nejstarší EM 280 anebo o dva novější stroje nejvyšší řady RCS 330. Nový Gallus Labelmaster byl spuštěn do testovacího provozu koncem roku 2019. „Hlavním účelem nákupu stroje jsou možnosti výzkumu a vývoje nových produktů. Stroj slouží ke sběru dat v reálném čase, které využíváme pro vývoj nových řešení. Pořízení Gallus Labelmaster nám umožnilo testovat tyto novinky pod naší střechou v reálném provozu,“ řekl Bohdan Holona, DTP manager Cognia Press, a. s.



Gallus Labelmaster 340/440 byl výborně přijat zákazníky z celého světa. Představuje skvělou volbu do provozů hledajících flexibilní řešení, spolehlivý a nenáročný stroj (na přestavby i ovládání) a samozřejmě výrazné zvýšení produkce.

Shrnutí

› Gallus Labelmaster 340/440 byl výborně přijat zákazníky z celého světa. Představuje skvělou volbu do provozů hledajících flexibilní řešení, spolehlivý a nenáročný stroj (na přestavby i ovládání) a samozřejmě výrazné zvýšení produkce. Stroj Gallus Labelmaster 340/440 je odpovědí na aktuální polygrafické trendy, jako je snižování zakázek a jejich drobení, menší série, snižování cen a zkracování termínů dodání. Silným trendem je také personalizace,

kde je sice často logickou odpovědí digitalizace, nicméně ani ta není v mnoha případech všespasitelná. Jak potvrzuje nejen flexotiskař, je zatím stále velké množství zakázek, které jsou

TENTO STROJ NÁM UMOŽŇUJE TISKOUT VŠECHNY PRODUKTOVÉ SKUPINY Z PORTFOLIA OTK GROUP, NAVÍC NOVÉ TECHNOLOGIE VÝZNAMNĚ ZVYŠUJÍ PRODUKTIVITU VÝROBY.

TOMÁŠ LATINÁK
BUSINESS UNIT DIRECTOR
OTK GROUP, A. S.

pro digitální technologie dokonce zcela nevhodné. Tiskárny KRÁLÍČEK s. r. o., OTK GROUP a. s. i. Colognia Press, a. s. jsou skvělým příkladem flexibility a variability stroje Gallus Labelmaster, který lze přizpůsobit přímo na míru skutečně všem typům tiskáren od menších, přes střední, až po velké provozy.





RÝŽOVÝ OBAL NA RÝŽI

Dá se na tak běžnou surovinu, jako je rýže, vymyslet nějaký zajímavý obal? Thajským designérům ze studia Prompt Design se to podařilo. Thung Kula Ronghai je světoznámá oblast pro produkci vysoce kvalitní rýže v kontrolovaných podmínkách bez chemie a s ročními limity. Rýže značky Srisangdao pocházející z této oblasti je označovaná jako ekologická. Vysokou kvalitu a ohleduplnost k životnímu prostředí měl odrážet i nový design obalu. Obal je vylišan z rýžových slupek, tedy z čistě přírodního materiálu pocházejícího ze samotné rýže. Na víku krabice je vyrazeno velké rýžové zrno doplněné grafikou loga s informacemi o produktu. Uvnitř boxu je uložen pytel s rýží. Design je šetrný k životnímu prostředí nejen svým přírodním materiálem, ale také tím, že jej lze znovu použít např. jako nevšední box na tahací papírové kapesníky. Škoda jen že se tato rýže prodává pouze na asijském trhu. ■



REMOTE SERVICE

Co je Remote Service? Jedná se o autorizovanou servisní službu Heidelbergu, prostřednictvím níž se mohou řešit servisní úkony pomocí vzdáleného připojení ke stroji. Jedná se především o vzdálenou diagnostiku, ale někdy lze takto provést i servisní zásah. Vzdáleně mohou být připojeny nejen tiskové stroje, ale i některá další zařízení v tiskárně. Kromě sdílení údajů o své identifikaci a stavu, v jakém se nacházejí, mohou být stroje vzdáleně diagnostikovány a může na nich být prováděn i servisní úkon (tj. např. změny nastavení atp.). Jakýkoliv vzdálený přístup ke stroji a provádění vzdálených zákroků ale vždy podléhájí autorizaci ze strany zákazníka (např. tiskaře).



ERROR



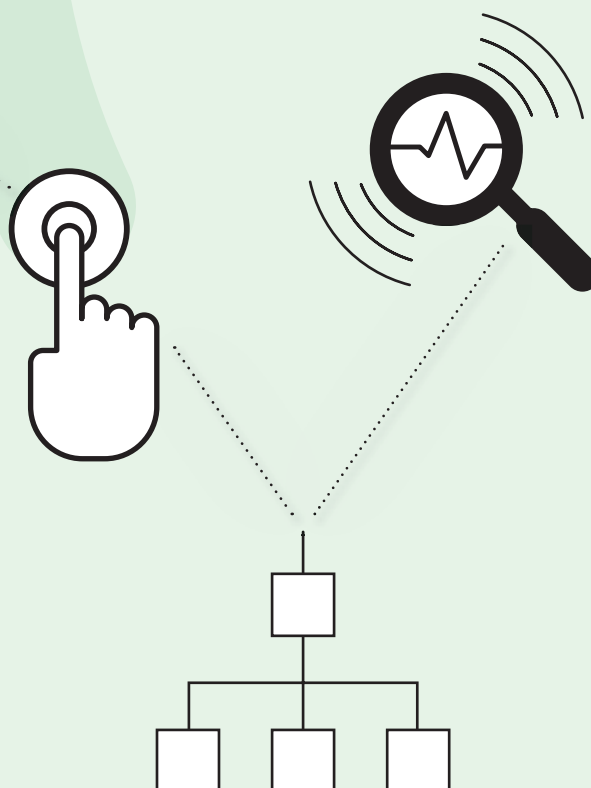
JAK REMOTE SERVICE FUNGUJE?

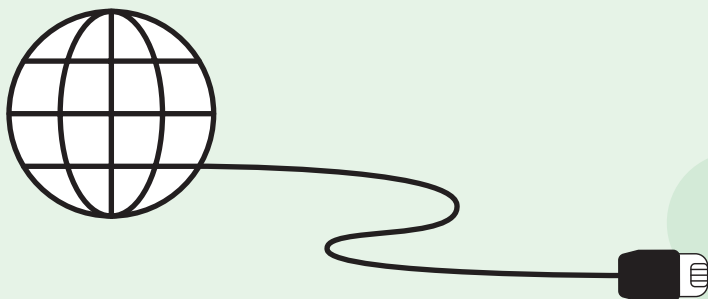
- 1 Připojený stroj se po svém spuštění automaticky „zahlásí“ do celosvětové databáze, která je umístěna v našem výrobním závodě v německém Wieslochu.
- 2 K připojení dojde přes zabezpečené připojení (na portu 443) podobně, jako se to děje při přenášení tiskových dat z prepressu do tiskového stroje. Jedná se o vysoce zabezpečený přenos, stejný je využíván např. u internetového bankovníctví.
- 3 V případě potřeby servisního zásahu může obsluha stroje aktivovat službu Remote Service stiskem tlačítka na ovládacím pultu. V tu chvíli je požadavek na servisní zásah předán lokálnímu (v našem případě českému) operátorovi Remote Service.
- 4 Servisní operátor se připojí na server ve Wieslochu, který mu zprostředkuje informace o stroji a také případné zabezpečené propojení do ovládacího pultu stroje.
- 5 Předání řízení servisnímu operátorovi musí být vždy povoleno klientem, tedy obsluhou stroje.
- 6 Servisní operátor má k dispozici rozsáhlé diagnostické nástroje, které umožní vzdáleně, bez osobní návštěvy, závady buď odstranit, nebo minimálně vytipovat a také objednat potřebný servisní díl. V mnoha případech ale stačí oživení znalostí obsluhy dálkovým poradenstvím.

JAKÉ STROJE LZE PŘIPOJIT PŘES REMOTE SERVICE?

Heidelberg začal s propojováním strojů do sítě v roce 2004. V praxi mohou být tedy připojeny stroje přibližně od roku 2005 a mladší. Rozhodující je ale konfigurace stroje a softwarová vybava. V zásadě lze ke službě Remote Service připojit všechny tiskové stroje Heidelberg, které mají verzi softwaru CP 2000 vyšší než 42.

V České republice je v současné době 61 aktivních připojených tiskových strojů, na Slovensku je jich 24. Služba je využívána stále více, měsíčně řeší servis Heidelbergu v ČR a SR vzdáleně šedesát až sedmdesát servisních případů.





CO REMOTE SERVICE VYŽADUJE NA STRANĚ ZAŘÍZENÍ?

K připojení je třeba stroj se SW verzí CP2000 v. 42 a vyšší, což zhruba odpovídá tiskovým strojům od roku 2005. Dále je třeba internetové připojení s minimální přenosovou rychlostí 2 Mb/s a fyzické připojení stroje do internetu pomocí ethernetového kabelu.

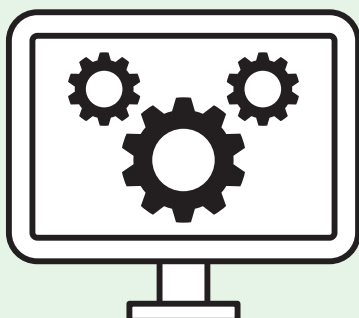
JAKÉ MÁ REMOTE SERVICE VÝHODY?

Z praxe víme, že až 60 % všech servisních zásahů na strojích nemusí být řešeno osobní návštěvou technika. Remote Service tak představuje prakticky okamžitou a pochopitelně výrazně levnější alternativu ke klasické návštěvě technika. Šetří se čas i peníze.

I pokud je nakonec třeba návštěva technika, je již diagnostikována závada. Nejenže může být dopředu vytipován a objednan potřebný náhradní díl, ale i technik „ví, do čeho jde“, což výrazně zrychluje a zefektivňuje zásah.

Česká i Slovenská republika disponují vlastním zázemím pro vzdálený servis, takže probíhá lokálně, tj. v českém jazyce. Na druhou stranu mohou vzdálené připojení sdílet až tři experti Heidelbergu zároveň, lze tak např. přizvat i specialistu ze zahraničí.

A ještě něco navíc, při složitém problému vyžadujícím hlubší analýzu a zkušenosti, lze ze stroje získat tzv. log stroje – soupis všech činností a senzorických měření za poslední dobu.



PŘÍKLAD Z PRAXE

Problém

Nefunguje připojení tiskového stroje do prepressu. Není možné přenášet tisková data, nejsou k dispozici náhledy tiskových archů ani další podrobnosti k zakázce.

Řešení

Technik díky analytickým nástrojům Remote Service zjistí nefunkční datové propojení mezi prepress oddělením a tiskovým pracovištěm. Problém je řešen s IT oddělením tiskárny a propojení je znovu navázáno. To vše bez výjezdu technika a prakticky okamžitě.

Z STUDIO S HEIDELBERGEM DO B1

Pro nás v Heidelbergu je ctí, že je s námi spjata společnost Z STUDIO ve Zlíně-Malenovicích. Před mnoha lety jsme jí dodali první ofsetový stroj Printmaster QM 46-1 ve formátu A3+. V roce 2018 s námi přešla se strojem Speedmaster CX 102-5+L do formátu B1. Zároveň jsme do Z STUDIA dodali také CtP Suprasetter 106 DCL a řezací centrum Polar N 115 se zvedacím, stráscacím a paletizačním zařízením.

V

rámci celého kontraktu Heidelberg před dvěma lety odkoupil starší stroje a zařízení formátu B2, přičemž tiskárna je mohla využívat až do posledního okamžiku. Kromě stroje Speedmaster CX 102-5+L tvoří tiskovou kapacitu Z STUDIA ještě také Speedmaster SM 74-8-P+LX ve formátu B2 a Speedmaster SM 52-2-P ve formátu B3 s obracacím zařízením. Na CtP Suprasetter 106 DCL se zpracovávají tiskové desky pro všechny tři stroje Heidelberg.

Rozvojová investice

K největší investiční vlně v historii Z STUDIA jeho majitel Ondřej Záruba při diskusi ve Zlíně-Malenovicích

uvedl: „Pocítovali jsme již nějaký čas, že bez výrazného posunu v tiskové technologii by byl náš rozvoj možný jen v omezené míře, ale naopak bychom mohli na své pozici v tuzemsku i na zahraničních trzích hodně ztratit. Pokud se firma technologicky nerozvíjí, začne zaostávat.“ A jednatel Josef Bednařík k tomu dodal: „Jak se rozvíjí technologie tisku, je po určitém čase zřejmé, že starší, méně automatizovanou technologii musíte nechat být a jít do lepších strojů. Tisk ve formátu B2 už nám zkrátka nestačil na rostoucí požadavky zákazníků. Potřebovali jsme ekonomičtější provoz a vyšší stupeň automatizace.“

**TISK VE FORMÁTU B2 NÁM
UŽ ZKRÁTKA NESTAČIL.
POTŘEBOVALI JSME
EKONOMIČTĚJŠÍ PROVOZ A VYŠŠÍ
STUPEŇ AUTOMATIZACE.**

Souběžně s pořízením nových polygrafických technologií se společnost pustila i do výstavby nového sídla, které je nyní její pýchou. Z STUDIO má zbrusu novou moderní budovu ve Zlíně-Malenovicích. „Tu nám Heidelberg nedodal, ale nepřímou nás přinutil ji postavit,“ okomentoval pan Bednařík s úsměvem situaci, kdy pro nový stroj v B1 nebylo ve starých halách v bývalém





baťovském areálu ve Zlíně dost místa.

Komplexní péče

Z STUDIO není typická tiskárna, podstatný je její produktový profil. Firma je specialistou na komplexní péči o reklamní, firemní a technické tiskoviny. Hlavním produktem jsou návody na obsluhu a katalogy pro firmy, kde převažují malosériové náklady. Zakázka může sestávat například z 200 tisíc výtisků, ale je v ní 24 jazykových mutací. Vzhledem k charakteru výroby má potom Z STUDIO pochopitelně větší spotřebu přípravných časů než běžná tiskárna.

Návody lze dělit do dvou kategorií. V první skupině jsou návody na obsluhu, které lze tisknout černobíle v různých jazykových modifikacích. Z STUDIO je většinou tiskne na stroji v B2 s obracením, nebo i na B3, resp. i digitálně na zařízení

Ricoh. Společnost má e-shop B2B, tiskne na sklad a operativně vykrývá poptávku. „Zákazník může mít jeden den například pár desítek návodů, příští den třeba deset tisíc,“ konstatoval Josef Bednařík. V druhé skupině jsou luxusní návody, které doplňují výjimečný výrobek. Příkladem jsou výrobci špičkové elektrotechniky, fotografických přístrojů, automobilů apod. Z STUDIO pracuje pro oba segmenty. Pro náročnější tisk slouží nový Speedmaster CX 102-5+L, který je vybaven on-line měřením a řízením barevnosti.

Technologie Hi-Fi

Velká část zakázek se tiskne ve CMYKu, existují ovšem výjimky. Z STUDIO je řeší technologií Hi-Fi, která je založena na stochastickém rastrování a použití tiskových barev Toyo Kaleido s rozšířeným gamutem. S technologií Hi-Fi lze vstoupit do pastelových odstínů barev, což dodá například kalendářům špičkovou úroveň reprodukce barev. „Pokud chcete na kalendáři zobrazit třeba tukana v brazilském pralese, pomocí Hi-Fi se posunete na úroveň, která přesahuje možnosti tradičního offsetu,“ řekl Josef

Bednařík. Technologie Hi-Fi se využívá nejčastěji u luxusních katalogů, kde se třeba výrobci drahých fotoaparátů nespokojí jen tak s něčím. A také při tisku špičkových kalendářů s fotografiemi od Ondřeje Záruby, jimiž je Z STUDIO proslaveno.

Nás v Heidelbergu velmi těší, že lidé v Z STUDIO dobře hodnotí i námi poskytovaný servis. Je jisté, že úroveň servisu je rozhodujícím faktorem při plánování nákupu strojů dané značky. Ondřej Záruba potvrdil, že servis je veledůležitým prodejním argumentem: „Se servisem z Heidelbergu jsme byli vždycky spokojeni.“ A jednoznačně dodal: „Kdybychom byli nespokojeni, další stroj by nebyl Heidelberg.“ ■

**PRO NÁROČNĚJŠÍ TISK SLOUŽÍ
NOVÝ SPEEDMASTER CX 102-5+L,
KTERÝ JE VYBAVEN ON-LINE
MĚŘENÍM A ŘÍZENÍM
BAREVNOSTI.**



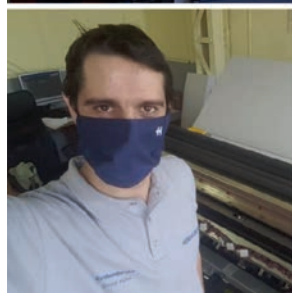
HEIDELBERG JE S VÁMI ZA VŠECH OKOLNOSTÍ

V nelehké době koronavirové se pro nás sociální sítě staly mnohem důležitějším komunikačním kanálem než kdy dřív. Díky nim jsme mohli být se zákazníky a fanoušky Heidelbergu v kontaktu každý den a informovat je nejen o zajímavostech, ale také o důležitých změnách a opatřeních. Společně jsme tak mohli prostřednictvím on-line světa bojovat proti nepřízni osudu. Věříme, že i nadále budou naše on-line kanály hrát významnou roli při komunikaci s vámi, našimi zákazníky, partnery a fanoušky.



Heidelberg CZ & SK

Je za námi další pracovní týden! Děkujeme všem našim zaměstnancům za plné pracovní nasazení i v této zvláštní době. Ať máte problém s cétečkem nebo tiskovou mašinou tak jsou David i Daniel připraveni zasáhnout! Jsme v tom s Vámi a užijte si prodloužený víkend.



To se mi líbí

Okomentovat

Sdílet



Heidelberg CZ & SK

Jsme v tom s Vámi. Zítra je pondělí a začíná nový pracovní týden. Opět budeme připraveni školit, opravovat a seřizovat. Heidelberg CZ & SK



To se mi líbí

Okomentovat

Sdílet

FACEBOOK

@heidelbergCZSK



I v koronavirové době jsme byli našim zákazníkům stále na blízku, abychom jim pomohli s čím bylo potřeba.

Přes 500 sledujících.

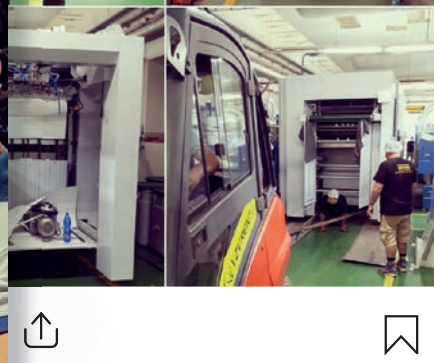
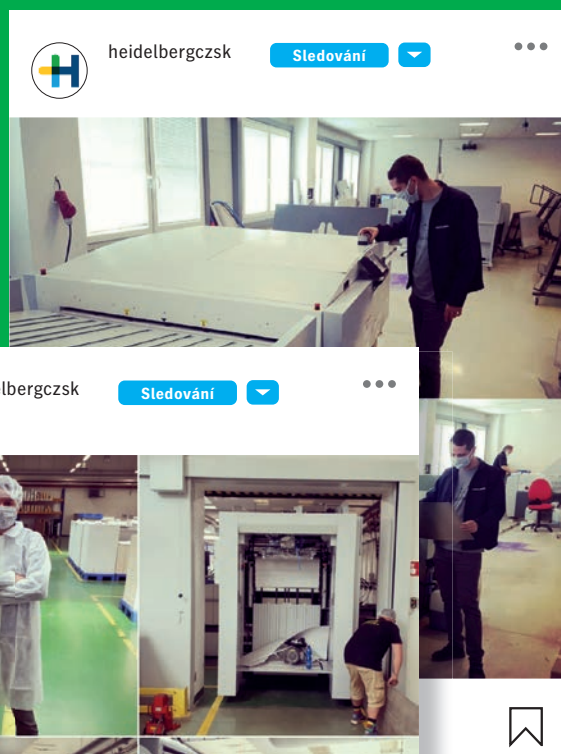
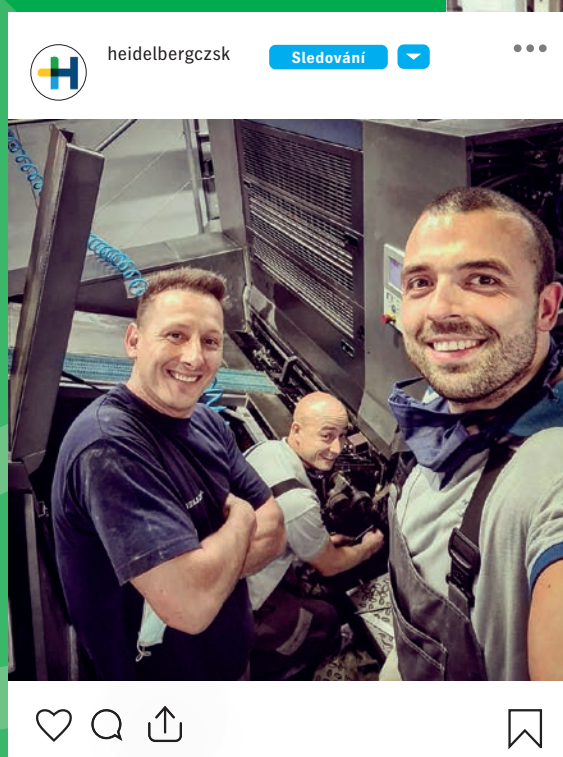
INSTAGRAM

@heidelbergczsk



Naši servisní pracovníci byli vždy připraveni s úsměvem (i pod rouškou) zajistit zákazníkům, aby jejich stroje běžely hladce.

Přes 2 000 sledujících.



**Sdílejte s námi vaše zážitky
s technologiemi Heidelberg
a zašlete nám je na
marketing.cz@heidelberg.com.**

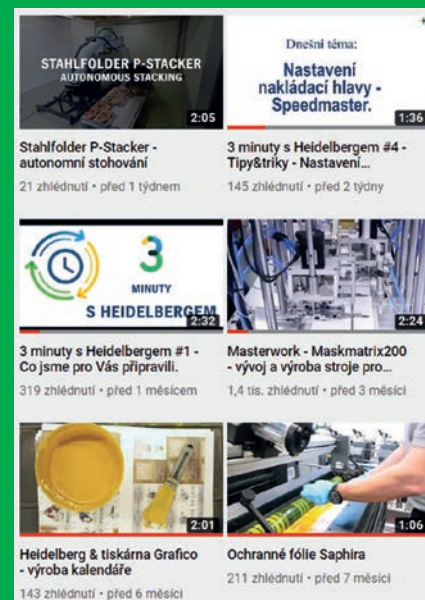
YOUTUBE

@Heidelberg CZ & SK



Přidáváme stále nová videa na náš youtube kanál, protože vám chceme přinášet co nejvíce zajímavostí ze světa polygrafie. Například jsme začali s videoprojektem 3 minuty s Heidelbergem, ve kterém vás pravidelně seznamujeme s technickými novinkami, návody, tipy a dalšími zajímavostmi.

Přes 200 zhlédnutí.



7 TIPŮ

PRO STRATEGICKÝ OBCHODNÍ ROZVOJ POSKYTOVATELŮ TISKOVÝCH SLUŽEB PODLE KEYPOINT INTELLIGENCE* (2020)

- 1 Diverzifikace a rozšiřování tiskových aplikací**
Musíte zvládnout vyhovět různým požadavkům svých klientů v objemech od 1 kusu po tisícovky. Nové investice směřujte na rostoucí segmenty. Takovými jsou obaly, ale také knižní trh nebo reklamní aplikace, jako jsou časopisy, brožury a katalogy. Lidé stále chtějí tištěné materiály.
- 2 Chytrá tisková výroba**
Nadále pokračuje trend vylepšování výrobních procesů pomocí chytrých aplikací směřující k automatizovaným a autonomním pracovním procesům. Měli byste usilovat o co nejúčinnější a nejplynulejší výrobní proces, ve kterém nebude chybět chytré plánování, silná podpora řešení W2P a neustálé vylepšování procesů.
- 3 Data nelze ignorovat**
Potřeba sledovat data neustále sílí. Nejde jen o sběr dat ať už o výrobních procesech, nebo o vašich zákaznících. Nutné je s daty umět dále pracovat. Je proto vhodné využívat analytické nástroje, které vám se zpracováním a vyhodnocováním dat výrazně pomohou.
- 4 Volná kapacita = nová příležitost**
S novými digitálními technologiemi často vzniká mezera mezi dostupným výrobním časem a fakturovatelnými službami. Zaplnit tento prostor je příležitost pro další růst. Snažte se myslet strategicky a buďte proaktivní v hledání řešení, jak tuto mezeru zaplnit.
- 5 Vize prodejního úspěchu**
Ušetřete drahocenný čas sobě i vašim obchodníkům tím, že si vydefinujete trhy, respektive zákazníky, kterým chcete nabízet své služby. Jedině investování zdrojů do vhodného trhu, který je v souladu s vaší firemní vizí, může přinést společnosti růst.
- 6 Není konec, dokud o tom mluvíme**
Přemýšlejte nad svými produkty z pohledu zákazníka. Spolupracujte se zákazníkem nad jeho vizí produktů. Zamyslete se, jak bude produkt či služba využívána dále a jak byste mohli přispět k jejich vylepšení.
- 7 Pochopte nákupní cestu zákazníka**
Pokuste se vylepšit nákupní cestu zákazníka, aby byla co nejjednodušší a nejpříjemnější. Úspěšný poskytovatel tisku je připraven poskytovat transakční komunikaci a zároveň nabídnout konzistentní zážitek napříč všemi kanály, ať už tištěnými, nebo digitálními.



** Keypoint Intelligence se dlouhodobě věnuje datům v průmyslu zobrazování dokumentů. Jde hluboko pod povrch, zpracovává, analyzuje, testuje data a nástroje a nabízí nezkreslený pohled na světový trh.*



Stroje & zařízení

Nová dimenze výkonu a produktivity. **Speedmaster generace 2020!**



Přichází nejinteligentnější Speedmaster všech dob!

Inovativní řešení přizpůsobena potřebám klasického
komerčního tisku, ale i náročnému tisku obalů.

Výměna desek s novým AutoPlate XL 3 pod 1 minutu,
pouze 30 archů na rozjezd nové zakázky a plně autonomní tisk
s novou generací Push to Stop.

Díky novému způsobu ovládání Heidelberg User Experience (UX)
pro vás bude obsluha stroje jednodušší než kdy jindy.
Intuitivní, rychlá, zábavná.



HEIDELBERG

Heidelberg Praha spol. s r.o.
Šafránkova 1243/3, 155 00 Praha 5
Tel.: +420 225 993 111
E-mail: info.cz@heidelberg.com
www.heidelberg.com/cz

