



MH

MAGAZÍN HEIDELBERG

Vydáván od roku 2000

Vydání č. 60 – 1.2019

BÍLÁ KNIHA PRO CHYTRÉ TISKÁRNY

ANTHONY THIRLBY

PO REVOLUCI TU BYL DOBRÝ KLONDIKE

FRANTIŠEK A PETR KRÁLÍČKOVI,
KRÁLÍČEK S. R. O.

GALLUS SMARTFIRE CÍLÍ NA ETIKETY

INKJETOVÝ TISK ETIKET

HEIDELBERG



10

V tiskárně KRÁLÍČEK s. r. o. jako první v ČR instalovali Gallus Labelmaster 340, a to ve zcela nových prostorech, které budují společně otec František Králíček se synem Petrem Králíčkem, se kterými jsme si popovídali nejen o rozšiřování prostor, technologické modernizaci a mezigeneračním řízení rodinné tiskárny.

22

Tlačiareň Aluprint, s. r. o., sa ako prvá na Slovensku rozhodla využiť model Subscription na výrobu etikiet. Rozhodnutie nám priblížil jej obchodno-výrobný riaditeľ Vladimír Veselovský.



37

Produktivitu lze v chytře řízené tiskárně typu Smart Print Shop, které používají workflow Prinect a Push to Stop, až zdvojnásobit. O tom jsme pohovořili s Anthonyem Thirlbym, expertem na automatizaci a optimalizaci procesů.

46

Představujeme vám nové kompaktní inkjetové tiskové řešení pro etikety Gallus Smartfire, které po loňské premiéře nyní vstupuje na trh.



MH

MAGAZÍN HEIDELBERG

Vydávaný od roku 2000

Vydanie č. 60 – 1.2019

PRVÝ SUBSCRIPTION NA SLOVENSKU MAJÚ V ALUPRINTE

VLADIMÍR VESELOVSKÝ, ALUPRINT S. R. O.

DIGITÁLNY SVET NEPREHLUŠIL POSOLSTVO KNIHY

RÓBERT KUŠNÍR, ROKUS S. R. O.

GALLUS SMARTFIRE CÍLÍ NA ETIKETY

INKJETOVÝ TISK ETIKET

HEIDELBERG



22

Tlačiareň Aluprint, s. r. o., sa ako prvá na Slovensku rozhodla využiť model Subscription na výrobu etikiet. Rozhodnutie nám priblížil jej obchodno-výrobný riaditeľ Vladimír Veselovský.

40

S Róbertom Kušnírom, generálnym riaditeľom spoločnosti Rokus, s. r. o., sme sa porozprávali o tom, že mu predovšetkým záleží na dokonalosti produktu, medziľudských vzťahoch a dobrej pracovnej morálke. Je hrdý na to, že si klienti u nich môžu vyriešiť všetky svoje požiadavky pod jednou strechou.



37

Produktivitu lze v chytře řízené tiskárně typu Smart Print Shop, které používají workflow Prinect a Push to Stop, až zdvojnásobit. O tom jsme pohovořili s Anthonym Thirlbym, expertem na automatizaci a optimalizaci procesů.



46

Představujeme vám nové kompaktní inkjetové tiskové řešení pro etikety Gallus Smartfire, které po loňské premiéře nyní vstupuje na trh.



1.2019

OBSAH 60

ROZHOVOR

- 10 Po revoluci tu byl dobrý klondike**
Rozhovor s Františkem a Petrem Králíčkovi, majiteli tiskárny KRÁLÍČEK s. r. o.
- 22 Prvý Subscription na Slovensku mají v Aluprinte**
Rozhovor s Vladimírom Veselovským, Obchodno-výrobným riaditeľom spoločnosti Aluprint, s. r. o.
- 37 Bílá kniha pro chytré tiskárny**
Rozhovor s Anthonym Thirlbym, expertem na automatizaci a optimalizaci procesů.
- 40 Digitální svět neprehlušil posolstvo knihy**
Rozhovor s Róbertom Kušnírom, generálnym riaditeľom spoločnosti Rokus, s. r. o.

TRENDY & TRH

- 4 Ofsetu dnes dominuje formát B1**
Jsme svědkem přechodu ofsetových tiskáren do větších formátů.
- 6 Vstup do formátu B1 na poslední chvíli**
Z jakých důvodů dvě tiskárny skočily do formátu B1 a co jim to přineslo.
- 18 Genius loci v H. R. G.: Poctivé řemeslo má stále své kouzlo**
Muzeum tisku v H. R. G. v Litomyšli.
- 20 Předpokládaný vývoj polygrafického trhu**
Statistický pohled na evropský a český polygrafický trh.
- 26 Direct mail se vrací**
Cílená reklamní kampaň tištěná nebo elektronická zaznamenává opětovný nárůst.

- 45 Fenomén magalog**
Marketingový nástroj propojující magazín a katalog.

- 53 400 let historie v jednom obalu**
Obal, který svou kreativitou vypráví příběh.

ZAJÍMAVOSTI

- 9 Ve zkratce**
Krátké zprávy ze světa polygrafie.
- 58 Akce**
Akce, které stojí v blízké době za návštěvu.

OBALY & ETIKETY

- 28 Největší Speedmaster je ve Svitavách**
O tom, jak se stroj zabydlel v největším evropském závodě společnosti WestRock.
- 34 Premiéra nové linky Diana Go**
Na Slovensku proběhla světová premiéra nové kompaktní lepicí linky.
- 46 Gallus Smartfire cílí na etikety**
Kompletní přehled informací o nové technologii.

TECHNOLOGIE

- 50 Starý stroj jako nový**
O zkušenostech TISKÁRNÝ DANIEL s. r. o. s nákupem a používáním stroje z druhé ruky.
- 54 Lepená vazba V2**
Na co si dát pozor při výrobě lepené vazby V2.
- 56 Studenti polygrafie vyrazili do Heidelbergu**
Seznámili se s moderními technologiemi, které se běžně používají v praxi a které ve škole nepotkají.

Vydavatel

Heidelberg Praha spol. s r. o.
Šafránkova 1243/3, 155 00 Praha 5
www.heidelberg.cz
telefon: +420 225 993 270
e-mail: marketing.cz@heidelberg.com

Náklad

1000 ks (ISSN 1803-1722)

Sociální sítě

 heidelbergCZSK
 heidelbergczsk
 Heidelberg CZ & SK

OFSETU DNES DOMINUJE FORMÁT B1

Po desetiletí byl formát B2/A2 stěžejním formátem pro archový ofsetový tisk. Během posledních deseti až dvaceti let se ale situace úplně změnila a do popředí se dostaly větší formáty (B1/A1). Malé formáty (B3/A3) byly zcela nahrazeny digitálním tiskem a je jen otázkou času, kdy digitální tisk nahradí i střední ofsetový formát. Je tedy zřejmé, že dnes ofsetu naprosto dominuje formát B1/A1. Přestože existuje pár výjimečných tiskáren, které stále dokáží vyrábět s vysokou produktivitou i ve středním formátu, z dlouhodobého hlediska je evidentní, že pro vysoce produktivní komerční tisk jsou větší formáty tou správnou cestou. Statistiky prodeje nových ofsetových strojů tento trend jednoznačně potvrzují. Zatímco před dvaceti lety tiskárny investovaly především do B2 formátu, dnes nakupují až na výjimky formát B1. S nadsázkou by se dalo zvolat: „Malé a střední formáty jsou mrtvé, ať žije formát B1!“



„Pro tiskárny, které chtějí
maximalizovat svou produktivitu,
je větší formát nutností.“

„Statistiky prodeje nových
archových strojů ukazují
jednoznačný trend –
kupuje se prakticky jen
formát B1/A1.“



VSTUP DO FORMÁTU B1 NA POSLEDNÍ CHVÍLI



Tiskárna HB PRINT (na snímku) vyměnila původní stroj ve formátu B2 za stroj Heidelberg Speedmaster XL 106-4-P a zaměřuje se především na tisk příbalových letáků. Tiskárna Z STUDIO za B2 stroj vyměnila Heidelberg Speedmaster CX 102-5+L a zaměřuje se na reklamní, firemní a technické tiskoviny.

Velký krok dopředu předznamenává velké změny. Tiskárna HB Print v Chebu a tiskárna Z STUDIO ve Zlíně jsou toho jasným důkazem. Není to dlouho kdy, jak se říká za pět minut dvanáct, učinily obě tiskárny velké rozhodnutí a vstoupily do formátu B1. Vyměnily stávající tiskové stroje formátu B2 za větší. Toto rozhodnutí jim zaručilo velký posun v produktivitě tisku, a zároveň i celkový růst společností. O průběhu změn a důvodu, proč se k tomuto kroku tiskárny rozhodly, jsme si popovídali s předními zástupci obou dvou významných tiskáren.

d

vě tiskárny z dvou různých koutů České republiky spojuje podobný příběh. Před nedávnou dobou následovaly trend všech produktivně orientovaných komerčních tiskáren a takřka na poslední chvíli se rozhodly přejít z formátu B2 na formát B1. Jedná se o chebskou tiskárnu HB Print a zlínskou tiskárnu Z STUDIO, spol. s r. o.

Tiskárna HB PRINT, s. r. o. nabízí profesionální komplexní služby v oblasti ofsetového a digitálního tisku a kreativní grafické řešení, DTP, CTP, tisk a knihárenské zpracování produktů širokého rozsahu. Jejich předností je velkonákladový potisk papíru s nízkou gramáží 50–60 g/m². Dlouhá léta tisknou návody pro kosmetiku Wella a zaručují přepravu zakázek až k zákazníkovi. Mezi jejich největší klienty patří například společnosti Procter & Gamble nebo Coty.

Tiskárna Z STUDIO je specialistou na komplexní péči o reklamní, firemní a technické tiskoviny. Jsou schopni realizovat celý výrobní proces od návrhu obsahu a cizojazyčného překladu přes grafické zpracování až po tisk, ruční kompletaci, uskladnění a dopravu na sjednané místo. Mezi jejich zákazníky patří například společnosti SONY, Yamaha, Leifheit, Panasonic a spousta dalších.

Skok na formát B1

V obou případech přišlo samotné rozhodnutí o implementaci nového stroje o větším formátu skutečně náhle. Chebská tiskárna však s touto myšlenkou koketovala zhruba 5 let. Před dvěma lety jejich největší klient razantně navýšil objemy plnobarevných letáků a avizoval, že navyšování bude ještě pokračovat, ➤

TRENDY & TRH

Hodnota celosvětové tiskové produkce se má v roce 2020 zvýšit až na 423 mld. eur.

STRANA 20

Strana 26

Direct mail se vrací aneb méně je někdy více

Strana 45

Fenomén magalog: marketingový nástroj využívaný napříč celým trhem



Výměna menších B2 ofsetových tiskových strojů přišla v ten pravý čas a přinesla zlepšení v kvalitě a produktivitě tiskáren.

› tudíž stávající kapacity už nestačily. Rozhodování nastalo mezi osmibarvovým strojem ve formátu B2 a čtyřbarvovým strojem ve formátu B1. „Usoudili jsme, že s větším formátem se posuneme mnohem dál, a záhy jsme začali jednat s dodavateli,“ říká Lukáš Hakl, vedoucí provozu. V jejich hledáčku byli tři dodavatelé, a nakonec mezi nimi po důkladné analýze zvítězila firma Heidelberg se strojem Speedmaster XL 106-4-P.

Ve zlínské tiskárně se po řádném rozboru v roce 2015 rozhodli pro větší formát B1, kvůli nákladům na výrobu částí tiskovin, které jasně favorizovaly větší formát. Důležitá byla také výměna za stroj s výrazně vyšší úrovní automatizace, následně zlepšení ekono-

miky provozu a v neposlední řadě snadnější dosažení velmi přísných kvalitativních ukazatelů. Finální rozhodování nastalo mezi dvěma dodavateli, a nakonec si také vybrali společnost Heidelberg a stroj Speedmaster CX 102-5+L. Josef Bednařík, jednatel zlínské tiskárny, dodává: „Heidelberg nakonec zvítězil díky finální cenové nabídce celé dodávky (tiskový stroj, řezací centrum, CTP, obrabečka palet).“ Také přiznává, že do jisté míry jejich úsudek ovlivnila i výhodnost mít všechny tiskové stroje od jednoho výrobce, a to jak z pohledu obsluhy, tak z pohledu údržby a servisu.

Rozhodnutí, které předčilo všechna očekávání

Obě dvě tiskárny se shodují, že tato změna byla velkým posunem a krokem vpřed, a nakonec předčila jejich prvotní očekávání.

**„V TISKÁRNĚ HB PRINT PŮSOBÍM
UŽ 20 LET A ZA TU DOBU BYLO
PRÁVĚ TOTO ROZHODNUTÍ JEDNO
Z TĚCH VŮBEC NEJLEPŠÍCH.“**

LUKÁŠ HAKL
VEDOUcí PROVOZU
HB PRINT, S. R. O.

Jana Růžičková, jednatelka tiskárny HB PRINT, vysvětlila: „Půl roku na to, co se nový stroj v tiskárně zaběhl, náš největší klient vyhlásil celoevropské výběrové řízení pro tiskové služby s významně větším objemem tisku. Bez této změny bychom toto výběrové řízení nevyhráli.“

Stejnou spokojenost a nadšení jednoznačně vykazují i tiskárna Z STUDIO ve Zlíně. Jednatel společnosti, Josef Bednařík, řekl: „Nejen že nový stroj naplnil naše očekávání, v některých ohledech je i předčil. V první řadě jsme významně navýšili výrobní kapacity společnosti, a to nejen velikostí formátu, ale i rychlostí a kvalitou zpracování, a hned na druhém místě zkrátily dobu přípravy a údržby zařízení, čímž došlo ke snížení výrobních nákladů. ■

VE ZKRATCE

SLOVANSKÁ EPOPEJ VYCHÁZÍ V KNIŽNÍ PODOBĚ

Snad každý zná nebývalé životní dílo malíře Alfonse Muchy, kterým je monumentální cyklus Slovanská epopěj. Na podzim v roce 2016 započala práce fotografa Jana Williama Drnka a jeho odborného týmu, pod záštitou skupiny Albatros Media a. s. a její nové značky Valer pro vydávání limitovaných luxusních knih. Kolekce obrazů zachycující dějiny Slovanského národa byla přenesena do velkoformátové, ručně zpracované publikace epopěje o rozměrech 62 × 42 cm a váze 10,5 kg. Obrazovou část díla s velmi jemným rastrem doprovázejí texty uznávaných historiků, kurátorů i filozofů. Kniha je vsazena do luxusního pouzdra vyrobeného Studiem Činčera, spolu s dalšími artefakty, jako je šperk z jantaru, jehož autorkou je vnučka slavného malíře a mentorka projektu, Jarmila Mucha Plocková, a další tematické kameny. Součástí je také certifikát pravosti a lupa, díky které lze spatřit dosud neobjevené detaily. O tisk se postarala tiskárna GRASPO CZ. Limitovaná série knih vychází v omezeném počtu 200 kusů a dnes už si je mohou zájemci pořídit od 280 do 360 tisíc korun, podle výběru pořadového čísla knihy.



NOVÝ ONLINE PORTÁL LABEL EXPERTS

Trh s etiketami patří k nejrychleji rostoucímu polygrafickému odvětví. Z celosvětového objemu tisku tvoří 5 %, což odpovídá 400 mld. EUR. Není tedy překvapením, že jsme společně s dceřinou společností Gallus spustili novou on-line platformu Label Experts, na které (nejen) naši zákazníci mají zdarma exkluzivní přístup k odborným znalostem v oblasti výroby etiket. „Síla společnosti Heidelberg spočívá ve znalostech o zákaznících a jejich problémech,“ zdůraznil Professor Dr. Ulrich Herman, Chief Digital Officer, a doplňuje: „Právě zde začíná naše budoucí komunikace se zákazníky.“

www.label-experts.com

STAHLFOLDER SLAVÍ 70. VÝROČÍ

Letos oslavujeme již 70 let zkušeností v oblasti vývoje, montáže, výroby a aplikace skládacích strojů Stahlfolder. Za těch 70 let jsme došli od ručně vyráběných skládacích strojů až k dnešním vysoce automatizovaným a digitálně integrovaným skládacím zařízením. Úspěch našeho produkčního stroje Stahlfolder TH/KH 82-9, který jsme představili na mezinárodním veletrhu drupa 2018, svědčí o naší cestě správným směrem. Dodnes jsme po celém světě instalovali více než 400 těchto strojů.

Jde o nejprodávanější plně automatický kombinovaný stroj na trhu. V rámci oslav jsme pro zákazníky připravili limitovanou edici kombinovaných skládacích strojů Stahlfolder KH 82-P s narozeninovou slevou 25 000 EUR. Veškeré informace naleznete na speciálním webu www.heidelberg.com/Stahlfolder/70years. „Budeme nadále rozvíjet naše skládací stroje v souladu s přáními našich zákazníků“, dodal na závěr Michael Neugart, ředitel společnosti Heidelberg Postpress.



PO REVOLUCI TU BYL DOBRÝ KLONDIKE

V tiskárně KRÁLÍČEK s. r. o. se věnují flexotisku. Sídlí na Praze 4 v Nuslích. Vlivem rozrůstání společnosti se však původní prostory v jednom z činžovních domů staly kapacitně zcela nedostačujícími. Majitelé tiskárny, František a Petr (otec a syn), začali budovat zcela nové, velké a moderní prostory na Hlubočince (Praha-východ), kam jsme se za nimi také vypravili. Rozhovor probíhal v nové (ještě nedokončené) výrobní hale, kde již byl nainstalován nový stroj Gallus Labelmaster 340. Zajímavostí je, že se jedná o vůbec první instalaci stroje Labelmaster v ČR.





Rozhovor s Františkem a Petrem Králíčkovi byl velice svěží a příjemný. Ačkoli se ve světě polygrafie oba dva pohybují již dlouhou řadu let (pan František ještě výrazně déle než syn Petr), velké nadšení a vášně pro daný obor byly u obou pánů velice silně patrné, až téměř hmatatelné.

j

ak byste vlastními slovy popsali tiskárnu KRÁLÍČEK a jaké byly vaše začátky?

F. K.: Naše historie sice sahá až do roku 1990, ale firma KRÁLÍČEK vznikla o něco později, konkrétně v roce 1994. Od samého začátku se specializujeme na výrobu samolepicích etiket a obalů. Začínali jsme v Mojmírově ulici na Praze 4 v Nuslích, kde máme dodnes sídlo firmy. Ale z důvodu již nedostačujících výrobních kapacit jsme museli před časem začít hledat nové prostory. Nakonec jsme našli krásné místo zde na Hlubočince.

Začátky firmy byly úžasné, vůbec celá 90. léta byla pro podnikání skvělá. Sice tady nic nebylo, žádné technologie, odbornost, ale také žádná konkurence. V začátcích jsme třeba tiskli dětské samolepky. Naším prvním strojem byla čtyřbarvá rotačka K. D. O., následoval Nilpeter a poté jsme se spojili s Gallusem, potažmo Heidelbergem.

Jaké technologie používáte, co je středobodem výroby v tiskárně KRÁLÍČEK a pro jaké klienty tisknete?

F. K.: Produkci zajišťují ta nejlepší zařízení od předních výrobců flexotiskových a převýjecích strojů: Gallus, Nilpeter, Rotoflex a Prati. Ty svou konfigurací umožňují tisk a dokončující zpracování i velmi náročných samolepicích etiket. Naši klíčovou technologií je flexotisk kombinovaný s rotačním sítotiskem a ražbou. Zejména u tisku na transparentní fólie využíváme sítotisku, který umožňuje výborné krytí barev, zvláště u podkladové bílé.

P. K.: Od začátku se zaměřujeme na samolepicí etikety, které odhadem tvoří cca 95 % naší produkce. Zbytek jsou obaly. Kromě standardní produkce realizujeme zakázky s tiskem do lepidla, neutralizací lepidla, laminací nebo ražbou. Stále častější je pak výroba vícevrstvých etiket. Nedílnou součástí našeho portfolia je výroba archových etiket A4, které vyrábíme s ochrannými okraji na všech 4 stranách, což zabraňuje prosakování lepidla a ničení tiskových zařízení. V základní nabídce máme 50 druhů nejpoužívanějších rozměrů bílých archů a u vybraných druhů

nabízíme barevné i reflexní provedení. Povrchovou úpravu etiket realizujeme celoplošným UV lakováním, parciálním UV lakováním nebo laminací.

Co se týče konkrétních zakázek, řekneme, že okruh našich odběratelů je široký a pohybuje se od automotive, přes drogerii, chemii, kosmetiku, až po uzenáře a pekaře. Jediným segmentem, kde ještě máme rezervy, je farmacie. Ale i to hodláme změnit.

Kdy a jak přišel zlom, nutnost hledání a budování nových prostor? A jak to všechno probíhalo? Byla Hlubočinka jasnou volbou nebo jste měli ještě jiné alternativy?

P. K.: V původním sídle tiskárny v Nuslích už jsme byli doslova na konci cesty. Rozvoj firmy by tam skončil a my jsme se chtěli dále rozvíjet, takže větší prostory byly nutností. Jak z pohledu rozvoje dalších technologií a strojů, tak samozřejmě i nových lidí do firmy. Momentálně zaměstnáváme bezmála 30 lidí a v do- ➤

„V původním sídle tiskárny
v Nuslích jsme byli na konci cesty.
Další vývoj firmy by tam končil,
ale my jsme se chtěli rozvíjet dál.“

DOMÁCÍ



Petr Králíček hrál na vrcholové úrovni fotbal – chytal za Viktorii Žižkov. Fotbalovou kariéru ale nakonec vytlačila kariéra polygrafická. Dnes se věnuje fotbalu v „domácích“ Nespekách.





› hledné době plánujeme rozšířit naše řady ještě zhruba o 10 dalších kolegů.

F. K.: Zvažovali jsme dvě lokality, jednu u dálnice D1, kde jsme měli pozemek, ale tam to nakonec nevyšlo. Pak jsme souhrou náhod získali pozemek od známých tady na Hlubočince. Výstavba nové dvoupatrové výrobní haly vznikla doslova na zelené louce, kam postupně přesuneme komplet celou tiskárnu. Hlubočinka je výborná i tím, že je dobře dostupná autem i městskou hromadnou dopravou. Je to kousek od hlavních tahů a jezdí sem městský autobus. Nakonec se to tu ukázalo jako strategicky lepší místo, než bylo to původní.

Stavební práce jsou v plném proudu, jak dlouho budete, jaký byl průběh a náročnost celého projektu? Kdy plánujete spuštění ostrého provozu?

P. K.: Začalo se projektem v březnu minulého roku. Poprvé se koplo do země v prosinci 2018 a do léta bychom to měli mít hotové. Rozloha haly je $2 \times 1000 \text{ m}^2$, z toho $\frac{2}{3}$ zabírají výrobní prostory a v $\frac{1}{3}$ bude administrativa. Je tu vše, co jsme chtěli, včetně odpočinkové místnosti. Jedeme zatím ve zkušebním provozu. Jak můžete vidět, máme tu Gallus Labelmaster a brzy sem přesuneme další Gallus EM 280, potažmo i třetí tiskový stroj Nilpeter. Začátkem července by zde měla být již celá výroba. Zbytek firmy přestěhujeme na přelomu srpna a září. Od října tady chceme mít komplet všechno.

F. K.: Stavba samotná byla komplikovaná. V ČR dnes nemá de facto žádný stavitel kompletní stavební kapacity. Zároveň zde máme hodně věcí dost specifických. Tak třeba co se týče elektrorozvodů nebo sítí, do toho jsme museli hodně zasahovat a dokončovací práce jsme si dělali převážně sami. Proto bylo nutné, abychom tu s Petrem byli neustále a na vše dohlíželi. Já jsem tu byl obden, Petr denně. ›

› Můžete přiblížit vaši vizi nové tiskárny KRÁLÍČEK? Co očekáváte od nových prostor?

P. K.: Náš hlavní cíl je zvýšení výrobních, logistických i pracovních kapacit. Objekt je projektován i schválen od hygieny na 50 lidí. Zatížení podlah je 2,5 t/m². Máme tady i nákladní výtah. Celý objekt je projektován tak, abychom sem mohli umístit v podstatě jakoukoli mašinu v rámci flexotiskových rotaček, a to jak do přízemí, tak i do prvního patra.

F. K.: Sem dolů se pohodlně vejdou tři tiskové a tři dokončovací stroje. Ve výrobní hale v prvním patře, která je hned nad námi, je to prostorově stejné. Tady pojedeme běžnou tiskovou produkcí a první patro využijeme na různé speciality. Například k tisku pro farmaceutický průmysl, kde jsou mnohem přísnější výrobní podmínky.

Nově zde máte Gallus Labelmaster. Co vás vedlo k jeho pořízení a jak jste s ním spokojeni?

P. K.: Dostali jsme se do stádia, kdy bylo nutné rozšířit strojový park. Vzhledem k velmi dobrým vztahům i zkušenostem s firmou Heidelberg a stroji Gallus, jsme se rozhodli pro Labelmaster 340. Věříme, že splní naše představy a pomůže k dalšímu rozvoji firmy. Původně jsme sice měli v plánu jinou alternativu – „kaměňáka“ (Gallus Granit) – ale Heidelberg nám nabídl rovnou vyšší model – Labelmaster. Nabídka byla velmi dobrá, tak jsme do toho šli. Také nás lákalo, že šlo o premiéru, první instalaci v ČR. Zatím jsme naprosto spokojeni, je to dobrý a rychlý stroj.

Jak dlouho trvá spolupráce s firmou Heidelberg a jak ji hodnotíte?

95 %

produkce tiskárny tvoří samolepicí etikety, zbytek zejména obaly.

P. K.: Se společností Heidelberg spolupracujeme asi od roku 2008. Když to řeknu úplně bez obalu, až od Heidelbergu jsme pořídili první stroj, který nám umožnil dostat se do vyšší sféry tisku etiket. Stroj byl kombinovaný sítotisk/flexotisk a tisk do lepidla, což nám otevřelo nové možnosti výroby etiket s vysokou přidanou hodnotou. Gallus jsou spolehlivé a tradiční mašiny, ale není to jen o tom „železe“, ale především o lidech a servisu. Když to porovnám s jinými dodavateli, bývá třeba dodávka náhradního dílu často problémem. S Heidelbergem vše funguje velmi dobře, spolupráci tedy hodnotíme velmi kladně.

Jak byste porovnali situaci v segmentu flexotisku dnes a před 10 lety? Jak se například mění trendy a technologie?

P. K.: Technologie urazily obrovský kus cesty. Co bylo před deseti lety nemožné, například vytisknout krásný, plynulý přechod, je v současnosti realita. Nebojím se říci, že flexotisk se z dnešního pohledu už hodně přibližuje ofsetu. Další věci jsou samotné stroje a technologie. Dříve to bylo hlavně o šikovnosti tiskaře, aby byl výsledek dobrý. Dnes je důležité mít přesně připravený polymer, štoček, dobře ho nalepit a ta mašina to v podstatě pak už vytiskne bez problémů. Na druhou stranu, v moderní době pořád stoupá tlak na rychlost.

Jedním z trendů současné doby je digitalizace. Jak se na to díváte z pohledu flexotiskařů?

P. K.: Já jsem ze staré školy, na digitály moc nedám. Věřím v konvenční techniku, nicméně digitál své místo na trhu určitě má. Jednoznačně v případě personalizace. U konvenčních technik je personalizace složitá, často nerealizovatelná. Co se týče tisku menších nákladů, jsem toho názoru, že ani digitál není všemocný. Na druhou stranu, i tradiční výrobci strojů, na tento trend reagují a mají své nástroje „proti digitálům“. Třeba moderní ofsetové stroje, kde je předtisková příprava opravdu rychlá. To je vážná konkurence k digitálním strojům.

Co takhle kontroverzní a často diskutované srovnání tiskové kvality digitál vs. flexotisk. Jaký na to máte názor?

P. K.: Tisk klasickým flexotiskem je oproti digitálu lepší, takový šťavnatější. Digitál je oproti flexu plochý, nemá tam „šťávu“. To je ale samozřejmě spíše můj subjektivní názor. Nicméně mám zpětnou vazbu i od některých našich zákazníků, kteří mají zkušenost jak s digitálem, tak flexotiskem a shodují se, že flexotisk má barvy

pořád hezčí. Ale víc bych se do toho nepouštěl, jde o tenký led. Špatně se to posuzuje takhle obecně, bez jakýchkoliv vazeb na konkrétní zakázky, aplikace, materiály, požadavky zákazníků a tak dále.

Jedním z aktuálních problémů je nedostatek schopných pracovníků. Částečnou odpovědí je automatizace.

P. K.: Sehnat dnes kvalitní tiskaře, ale i kohokoli spolehlivého do výroby je problém. Já pořád doufám, že se to zlepší. Naštěstí výrobci na to reagují a vyvíjejí své stroje tak, aby byly co nejméně náročné na obsluhu. Ostatně náš nový Labelmaster je toho krásným důkazem. Další výhodou Labelmasteru, ale nejen jeho, je vysoký stupeň automatizace. Dříve se vše pasovalo ručně, dnes to napasuje stroj sám, a to s přesností 0,1 mm. To by člověk nikdy tak přesně nedal. Dále je tam třeba hlídání soutisku, hlídání dráhy. To vše tisk výrazně zrychluje, zpřesňuje a ve výsledku i posouvá vpřed samotnou kvalitu tisku. Takže tady automatizace hodně pomáhá.

Jste rodinnou firmou. Ani vám se nevyhnul současný palčivý problém generační výměny, s nímž se potýká mnoho firem. Jak to proběhlo u vás v tiskárně a jak jste se na to připravovali?

F. K.: U nás ani tak nešlo o klasickou generační výměnu. My jsme s Petrem v tiskárně totiž odjakživa, i když já přeci jen o něco déle. Jsem čtyřicátý ročník a nikdy jsem nebyl ten typ, co si myslí, že vše umí nejlíp a vše zvládne sám. Proto jsme s Petrem od začátku rovnocenní partneři, každý máme polovinu firmy. Jediný rozdíl mezi námi je věk a fyzický fond, co kdo dělá. Kompetence

jsme nikdy neřešili, ani úlohy si nijak striktně nerozdělujeme. Pokud bychom na to nebyli dva, firma by nejspíš nikdy nevznikla. Kdyby se Petr dal třeba na medicínu, tak bych firmu KRÁLÍČEK nejspíš vůbec nezaložil. Ale tím, že je Petr původní profesí reprodukční grafik a já se věnuji polygrafii od roku 1967, se to přímo nabízelo. Z toho všechno postupem času samo vyplynulo a zatím to funguje. Tím ale nejsme nijak ojedinelí. Je hodně firem, kde to mají podobně jako u nás a funguje jim to. Ovšem je i spousta firem, kde to nefunguje. A upřímně, jsem rád, že jsme na to dva a že už nemusím vstávat každý den.

P. K.: Co se týče rozdělení úloh, my jsme si našli Tomáše Fraňka, který je v polygrafii už hodně dlouho a u nás funguje coby obchodní ředitel. Současně má i pravomoc nás oba zastupovat. Mně to hodně uvolnilo ruce, nemusím se starat o čísla, administrativu a obchod a mohu se věnovat hlavně výrobě a vývoji firmy, což mě baví nejvíc.

Podnikání vs. hobby. Věnoval jste se závodně sportu. Jak se to dá skloubit s náročným chodem firmy? Tím spíše, je-li to na vrcholové úrovni?

P. K.: Ano, hrál jsem závodně fotbal, chytal jsem za Viktorou Žižkov a dostal jsem se až do ligy. Takže to nebyl jen koníček, byl jsem profesionál. Lítal jsem tehdy mezi tréninky a tiskárnou. Ráno na trénink, dopoledne do tiskárny a po poledni jsem

Od Heidelbergu jsme pořídili první stroj, který nám umožnil dostat se do vyšší sféry tisku etiket.

letěl zase zpátky na hřiště na odpolední trénink. Tak to šlo několik let, ale postupem času to dostalo trochu jiný směr, což asi ani nemohlo jinak dopadnout. Svoji profesionální kariéru jsem ukončil, když mi bylo asi 31 let. Tedy přesněji, kariéra mi byla nenápadně ukončena tátou.

F. K.: Tak to nevím, to si nepamatuju, protože už jsem starší!

P. K.: Ne, bylo to dobré. Když jsem skončil ve Viktorce, vystřídal jsem několik pražských klubů a nakonec zakotvil v Nespekách, kde působím dodnes. Aktivně jsem chytal až do padesáti. Na amatérské úrovni už to není časově tak náročné jako v lize, takže se to dá s podnikáním docela v pohodě skloubit. Jasně, ty úplné začátky byly těžké, ale to k tomu asi tak nějak patří. Hlavně byla sranda. Dělali jsme různé kaňky na auta, takové ty „cé-eska“ a „cé-zetka“, tiskli jsme nálepky s Mickey Mousem a podobné věci. Po revoluci, v devadesátkách, tu byl dobrý Klondike, vzpomínáme na to rádi. ■

OBALY & ETIKETY

Vysoce kvalitní digitální tisk etiket, verzované zakázky, snadná obsluha a přívětivá cena, to je novinka Gallus Smartfire.

STRANA 46

Strana 28

Největší Speedmaster je ve svitavském závodě WestRock

Strana 34

Lepicí linka Diana Go v MK Masterwork na Slovensku



MOMENTKA

GENIUS LOCI V H. R. G.: POCTIVÉ ŘEMESLO MÁ STÁLE SVÉ KOUZLO

Návštěva Muzea tisku v H. R. G. spol. s r. o. v Litomyšli je jako sednout do stroje času a vrátit se o 100 let zpět. Když člověk prochází jednotlivými expozicemi Muzea tisku, se zatajeným dechem sleduje, jak nesmírně náročná, ale současně i krásná a poctivá byla polygrafie kdysi. Dnes jsme samozřejmě zcela jinde, velká kovová monstra nahradily plastové kompaktní stroje, lidský faktor často supluje automatizace (a za pár let umělá inteligence). Sice se výrazně zkrátily doby přípravy i vzniku tiskové zakázky a ubylo velké množství dřiny, současně však mizí i typická vůně tiskáren, atmosféra a vytratilo se i ono kouzlo řemesla ze starých časů.

Historická tiskárna byla otevřena na počest všech, nejen litomyšlských tiskařů a knihařů. Expozice je běžně přístupná pouze pro obchodní partnery tiskárny H. R. G. a několikrát ročně v předem avizovaných termínech i pro veřejnost. Muzeum tisku bylo otevřeno stylově 28. října 2018 ke 100. výročí naší republiky.

PŘEDPOKLÁDANÝ VÝVOJ POLYGRAFICKÉHO TRHU

Polygrafický svět je neustále v pohybu. Během posledních let prošel a stále prochází zásadními, nejen technologickými změnami, ale mění se také požadavky a komunikace zákazníků. V Heidelbergu změny a nově příchozí trendy samozřejmě sledujeme a ve spolupráci s renomovanými konzultantskými firmami se snažíme ze společně získaných dat modelovat budoucnost polygrafického světa. Pojďme se podívat, jak bude polygrafie pravděpodobně vypadat v následujících letech.

S

tav a vývoj ve světě polygrafie se popisuje pomocí několika základních ukazatelů. Jedním z nejvíce vypovídajících je hodnota tiskové produkce v daném roce. Tento ukazatel umožňuje meziroční porovnávání, a tedy i sledování vývojových trendů. Z pohledu výrobce a dodavatele tiskových strojů je nejdůležitějším ukazatelem počet prodaných a nainstalovaných tiskových strojů. Na oba statistické ukazatele, tj. na hodnotu tiskové produkce a počty strojů, se zaměřují i statistická zjišťování a analýzy v naší společnosti.

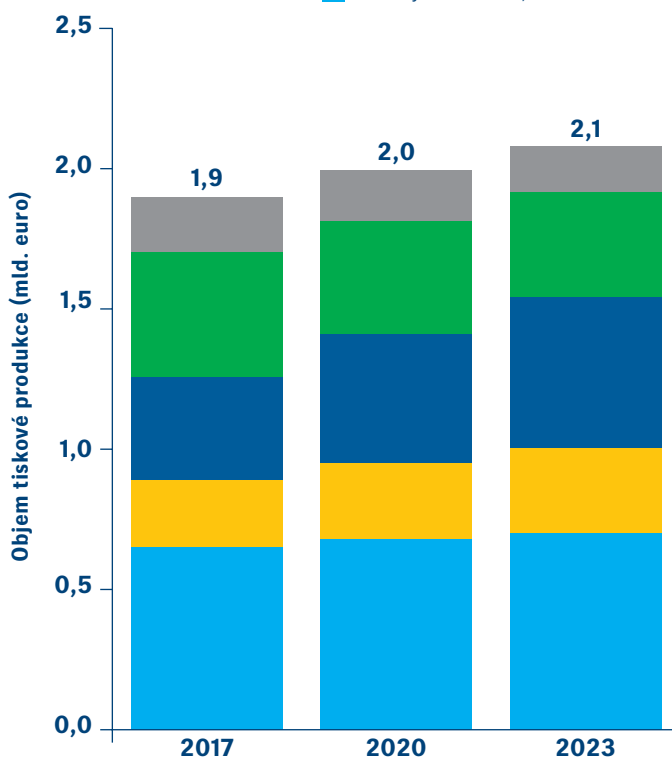
Hodnota tiskové produkce

Globální hodnota tiskové produkce i v dalších letech mírně poroste, a to i navzdory sílící pozici elektronických médií. Vycházíme při tom z dat renomovaných organizací, které se zaměřují na celosvětové průzkumy trhu, jako je například Smithers

Jak se bude vyvíjet podíl tiskových technologií na tiskové produkci v ČR – objem v mld. euro (skutečnost 2017, předpoklad 2018–2023)

Roční růst (2017–2023)
Celkově: +1,6 %

Ostatní	–2,4 %
Kotoučový ofset	–2,6 %
Digitál	+6,4 %
Flexo	+4,0 %
Archový ofset	+1,2 %



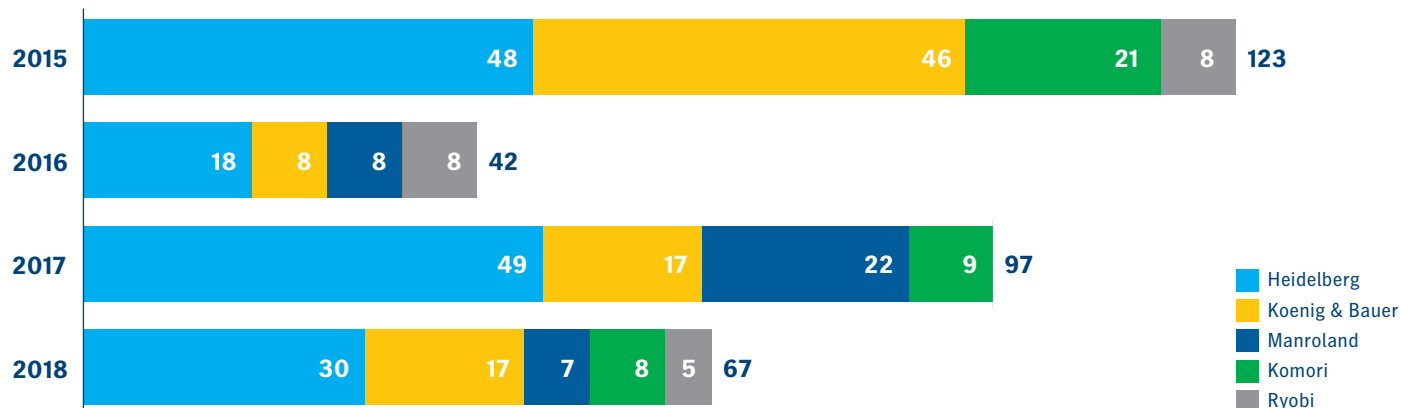
Graf č. 1: Podíl technologií na produkci.

Pira a další. Zatímco v roce 2017 dosáhla hodnota tiskové produkce celosvětově 415 mld. eur, v roce 2020 očekáváme její zvýšení na 420 mld. eur a v roce 2023 až na 423 mld. eur. Globální růst hodnoty tiskové produkce o 0,3 % ročně bude tažen rozvojem trhů, packagingem a digitálním tiskem. Rychlejší růst lze očekávat na rozvíjejících se trzích, kdežto na vyspělejších trzích v západní Evropě a Americe lze čekat spíše stagnaci nebo i pokles. Východní Evropu, do níž se statisticky řadí i Česko a Slovensko, čeká mírný jednoprocenní meziroční růst. Z globálního pohledu předpokládáme ve východní Evropě v letech 2017 až 2023 růst v segmentech packagingu a etiket, naopak určitý pokles lze očekávat v tisku publikací a časopisů.

Český polygrafický trh

Český polygrafický trh byl v krizových letech silně poznamenán poklesem hodnoty tiskové produkce, což se nejsilněji projevilo v roce 2009. V následující dekádě se hodnota tiskové produkce vyznačuje

Jak se vyvíjel podíl nově nainstalovaných tiskových jednotek na českém trhu v letech 2015–2018



Graf č. 2: Nainstalované tiskové jednotky v ČR 2015–2018.

slabým, ale stálým růstem. V roce 2017 dosáhla hodnota tiskové produkce 1,9 mld. eur, na rok 2020 se předpokládá její růst na 2,0 mld. eur a v roce 2023 má dosáhnout 2,1 mld. eur. Vývoj hodnoty tiskové produkce v Česku podle tiskových technologií vidíme na grafu č. 1. Nejvyšší nárůst lze očekávat v hodnotě tiskové produkce realizované pomocí digitálních tiskových technologií. Silný je také očekávaný růst ve flexotisku. Hodnota produkce vytištěné archovým ofsetem roste v daném období o 1,2 %. Naopak pokles pokračuje v kotoučovém ofsetovém tisku (–2,6 %) i v ostatních technologiích tisku.

Pokud vývoj hodnoty tiskové produkce v Česku v letech 2017 až 2023 posuzujeme z pohledu jednotlivých segmentů polygrafické produkce, potom v souladu s globálními trendy i na našem trhu dochází k posílení pozice packagingu a etiket. Meziroční nárůsty v hodnotě etiketové tiskové produkce se pohybují mezi 3,4 % až 4,3 %. Vysoké nárůsty mezi 2,8 % až 3,6 % vycházejí také ze statistického zjišťování v oblasti potisku skládaných kartonových obalů a flexibilních obalových materiálů. Na rozdíl od trendů v západní Evropě předpokládáme na na-

šem trhu růst i v segmentu komerčního tisku, jako jsou katalogy, reklamní tiskoviny apod.

V regionu střední Evropy se predikuje nejvýraznější růst hodnoty tiskové produkce Polsko. Také v dlouhodobějším horizontu se očekává u našich severních sousedů stále silný růst tohoto ukazatele, v roce 2023 až na 5,1 mld. eur. V podmínkách polské polygrafie vzroste v roce 2020 v porovnání s rokem 2017 hodnota tiskové produkce ve všech segmentech. Pro rok 2023 se předpokládá stagnace v segmentu hodnoty tisku publikací, ve všech ostatních se má dál zvyšovat. Všeobecně se také soudí, že polské polygrafické firmy optimálně využily evropské dotace.

Nainstalované tiskové jednotky

Rokem 2015 skončilo období, kdy byl prodej archivových ofsetových strojů v Česku silně ovlivňován dotacemi. Tehdy se prodalo 25 archivových ofsetových strojů. Počínaje rokem 2016 se trh zklidnil, což se projevilo poklesem prodeje na šest strojů. V roce 2017 bylo prodáno 17 tiskových strojů a v loňském roce 11, což lze označit za adekvátní potřebám českého trhu s archivovými ofsetovými stroji. Nejvíce strojů, celkem pět, se na českém trhu v roce 2018 podařilo prodat naší společnosti, po dvou strojích ve formátech B1 a B2, jeden tiskový stroj ve formátu B3. Společnost Koenig & Bauer (CEE) prodala v Česku tři tiskové stroje, firmy manroland czech, Graffin (Komori) a Müller Martini (RMGT) prodaly po jednom stroji. Trendem jsou vyspělejší konfigurace a vyšší výbava tiskových strojů, což dokládá prodej dvou tiskových strojů s technologií Push to Stop a jednoho s technologií LE UV.

Důležitým ukazatelem situace na trhu je objem prodeje nových tiskových strojů v běžném roce. V grafu č. 2 je vyjádřen počtem nově nainstalovaných tiskových jednotek. Počet nainstalovaných tiskových jednotek, jak je uveden v dolní části grafu, prokazuje, že jako značka Heidelberg v posledních letech na českém trhu dominujeme. Z hlediska tiskových formátů se již dlouhodobě projevuje trend přechodu od maloformátových tiskových strojů k archivovým ofsetovým strojům ve formátu B1. Vzhledem k relativně nízkým počtům nově nainstalovaných tiskových strojů je však vývoj podle formátů z roku na rok rozkolísaný. Zatímco v letech 2016 a 2018 tvořily tiskové stroje ve formátu B1 více než 80 % nainstalovaných tiskových a lakovacích jednotek, v roce 2017 jen něco málo přes 50 %. Na Slovensku byly

v roce 2018 prodány tři stroje, po jednom od značek Koenig & Bauer, manroland a jeden od nás. Stroje se odlišovaly konfigurací i výbavou. My jsme na Slovensko realizovali prodej stroje Speedmaster SX 74-4.

I v sousedním Polsku, které je v rámci středoevropského regionu největším trhem, jako značka dominujeme. Například jenom v předchozím roce 2018 se na tamním trhu prodaly archové ofsetové stroje Heidelberg v celkovém počtu 114 tiskových a lakovacích jednotek. Pro porovnání: tiskových strojů Koenig & Bauer bylo nainstalováno 54 jednotek. Převahu naší značky Heidelberg dokumentují také čísla o prodeji na domácím německém trhu. U našich západních sousedů se ve formátové třídě B2 v uplynulých letech prodaly stroje Heidelberg v takových celkových počtech tiskových a lakovacích jednotek, které jednoznačně převyšují všechny konkurenční značky, ať už německé, nebo i zahraniční. Ve formátu B1 je situace velmi podobná. ■

Zdroj: Grafy i všechny údaje v textu byly převzaty z interních materiálů společnosti Heidelberg Praha a Heidelberger Druckmaschinen.



V Aluprinte zaobstarali nový tlačový stroj Speedmaster XL 75. Hlavnou novinkou ale je, že tento stroj Aluprint nekúpil, ale „prenajal“ si ho v rámci modelu Subscription. Jedná sa o prvý stroj zadovážený v tomto režime na Slovensku!

PRVÝ SUBSCRIPTION NA SLOVENSKU MAJÚ V ALUPRINTE

Slováci vedia improvizovať, s úsmevom povedal Vladimír Veselovský, obchodno-výrobný riaditeľ spoločnosti Aluprint, s. r. o., z Vrútok pri Martine, ktorý dokáže hovoriť o podnikaní v celoeurópskom kontexte. Keď v tlačiarňi začínali, tak 95 % zákaziek robili pre domáci trh. Karta sa však obrátila. V súčasnosti približne 80 % produkcie ide na export. Takže musia byť otvorení novým riešeniam, trh nikdy nespí. Ich inovačný prístup sa prejavil aj v spolupráci s firmou Heidelberg, sú medzi prvými 20 tlačiarňami na svete, ktorí využili model Subscription – prenájom výrobnnej kapacity. A prví v Európe, ktorí toto riešenie využijú pri výrobe etikiet.

Z

ačnime netradične, knihou „Martin a Vrútky z neba“, ktorej vydanie spoločnosť Aluprint podporila. Spája sa s 25. výročím vzniku firmy, a preto je namieste otázka, aká bola cesta na európske podnikateľské nebo.

Neľahká... V regióne nebola tradícia tlače papierových etikiet, všetko sme sa museli naučiť sami, spôsobom pokus-omyl. Hlavne tlač na metalizované papiere pre pivovárničky priemysel bola výzvou. Mimochodom, začínali sme ako obchodná spoločnosť, ktorá realizovala predaj etikiet pre slovenských zákazníkov. Až v roku 1998 sme sa stali tlačiarňou, ktorá na lízing zakúpila tlačový stroj od firmy Heidelberg, takže sme „svoji“ už veľa rokov a po takom dlhom čase sa veľmi dobre poznáme. Keď sa otvoril trh a videli sme etikety v Nemecku, ktoré v porovnaní so slovenskými vyzerali naozaj krásne, pochopili sme, že je v tom potenciál. Na Slovensku sme jediní, ktorí vyrábajú etikety v takom veľkom objeme. Neskôr sme zaznamenali trend prechodu spoločností na výrobu nápojov na plastové etikety, čo bol druhý výrazný medzník v našej existencii, keď sme investovali do tejto technologickej oblasti. Ide najmä o celoodvodové etikety a sleevey. V súčasnosti približne 70 % našej produkcie vyrábame práve na plaste. Offset tvorí 20 až 30 %. Ale späť ku knihe. Je to už piata kniha, ktorej vydanie sme spolufinancovali a podporili. Bol to dobrý nápad, ako spropagovať región a vzhľadom na jubileum a zmienku o firme aj pekný prezent pre našich partnerov.

Presadili ste sa na európskom trhu. Tlačiareň ponúka obaly a etikety pre rôzne odvetvia, rozsah výroby je naozaj úctyhodný. Čo všetko treba urobiť, aby ste mali spokojných zákazníkov?

Skutočne ponúkame celé portfólio etikiet, ktoré sa uplatňuje v nápojovom, pivovárničkom, potravinárskom, mliekárenskom, drogistickom či automobilovom sektore. Postupnými investíciami do viacerých tlačových technológií – v súčasnosti máme osem tlačových strojov – sme dokázali zákazníkom ponúknuť všetky typy etikiet, či už ide o papierové rezané a vysekané etikety, celoodvodové etikety a sleevey, čiže zmršťiteľné rukávy, alebo samolepky. Snažíme sa zhruba každé štyri roky investovať do niektorej z technológií a obnovovať technologický park, takže je „mladý“. Ale musím povedať, že technologické smerovanie nám udávajú i naši zákazníci. Spolupracujeme s nadnárodnými spoločnosťami, ktoré sa globalizovali, sme s nimi v úzkom kontakte, spolu rozmýšľame a hľadáme možnosti. Zúčastňujeme sa výstav, sledujeme trendy. Vieme, aké zámery majú naši zákazníci a ponúkame im nové možnosti. Stredná a východná Európa sa k zavádzaniu novínok stavia celkovo konzervatívne. Slovenské firmy by mohli využiť naše know-how, aby sa priblížili tomu, čo vo svete funguje. Musíme zákazníkov inšpirovať. Často sa stáva, že chceme viac ako naši zákazníci. Úprimne poviem, že vieme uspokojiť aj tie ich potreby, o ktorých ešte ani oni sami nevedia. Občas ich musíme prehovárať, nastavujeme špecifické podmienky.

V rámci Subscription dodáva Heidelberg vedľa stroja aj materiály, diely, servis, konzultácie a pod.

Zdá sa, že vo firme sa nových výziev nebojíte. Ale s modelom Subscription ste vkročili do neznáma. Ako sa zrodila táto spolupráca a bude pre vás výhodná z technologického i výrobného hľadiska?

Model prenájmu výrobných kapacít nám predstavili zástupcovia firmy Heidelberg pri jednej z návštev. Napriek počiatočným pochybnostiam sme sa do toho pustili, dali sme im naše dáta – odkryli sme, koľko potrebujeme času, peňazí, materiálov, oboznámili sme ich s našimi kalkuláciami. Spoločnosť Heidelberg z toho potom vytvorila obchodno-výrobný zámer, ktorý nám zástupcovia predostreli a výsledkom bolo, že nám ponúkli stroj Speedmaster XL 75 v určitej konfigurácii. Je vybavený tak, aby bol zameraný na čo najrýchlejšie výmeny zákaziek a čo najvyššiu kvalitu produkcie. Ide o maximálnu možnú mieru automatizácie, vrátane automatickej kontroly kvality, ale niektoré veci ešte musí posúdiť človek, nie je to ako autopilot. Stroj sme inštalovali v marci 2019, kalibrácia sa dokončuje. Sľubujeme si od toho vyššiu kapacitu, predpokladáme, že budeme mať menej starostí s výrobou. Stroj je určený na výrobu

etikiet, pre nás vzniká istý problém so sezónnosťou. Potrebovali by sme zákazky rozložené do celého roka, ale nápojový priemysel a potravinársky priemysel je taký, že v lete potrebujete veľmi veľa vyrábať a v zime menej. Treba tiež podotknúť, že používame papiere s nižšou gramážou, ako je optimálne pre stroje z Heidelbergu, čo výrobu trochu spomaľuje. Je to preto, lebo klienti vyžadujú zmierňovanie dopadov na ekológiu a v rámci udržateľnosti procesu sa spolu snažíme optimalizovať všetky vstupy. V rámci modelu Subscription dodáva Heidelberg vedľa stroja všetky komponenty potrebné na tlač a režijné materiály, vrátane farieb. Zmluvu sme uzavreli na päť rokov, dá sa rôzne modifikovať.

Myšlienka prenájmu výrobných kapacít je novinkou, na ktorú treba trochu podnikateľskej odvahy. Na celkové zhodnotenie prínosu je ešte priskoro, ale určite ste mysleli na výhody...

Strašne rád by som bol, keby sme už boli tak ďaleko, ale zatiaľ len začíname vzájomný proces predstavovania tímov. Pre THP pracovníkov, ľudí z ekonomického oddelenia, spomeniem nákupné oddelenie i ďalších pracovníkov. Celé to ešte len prichádza do procesu zaškolenia a vzájomného zoznamovania sa ľudí z jedného aj z druhého tímu. Principiálne bude tím Heidelberg stále prítomný na diaľku, práve sa zoznámili náš tím pre nákup a ich tím pre predaj farieb, režijných materiálov a náhradných dielov. Potom sú tu ľudia, ktorí prídu ohľadom vyhodnocovania systému na performance, sledovanie výkonnosti tlačových pracovníkov. Na kalibráciu systému sme mali prizvaného spolu s Hei- ➤

» Heidelbergom aj ďalšieho odborného partnera. Načerpáme všetky doplňujúce informácie a celé know-how od spoločnosti Heidelberg, ktoré nám ako výrobcovia stroja vedia ponúknuť. Na opačnej strane od nás tiež niečo získajú, sme prvou lastovičkou v rámci „labelingu“ v Európe, ktorá sa zapojila do projektu Subscription. Dostanú podrobnú informáciu o štruktúre zákaziek, o problémoch. Po 21 rokoch podnikateľského manželstva s Heidelbergom už tohto vieme o sebe veľa. Je to kontinuálne rozširovanie spolupráce. Postupne do toho pribúdali ďalšie a ďalšie oblasti a Subscription v ofsete, ktorý teraz riešime, je akoby návratom k prvopočiatkom, pretože sme s nimi v ofsete aj začínali. Medzitým sa spolupráca rozširovala, či už ide o finišing, otázku grafického ateliéru, alebo rotačnú tlač. Takže spolupráca je oveľa širšia.

Nedá sa nehovoriť o peniazoch. Máte k dispozícii ucelenú technológiu za dohodnutú mesačnú cenu. Technologický posun a digitalizácia výroby je jedna vec a finančný profit celej transakcie zas druhá. Otázka na telo – vyplatí sa vám to z finančného hľadiska?

To je hypotetická otázka, pretože obaja partneri idú do toho s čiastočným rizikom, s entuziazmom a s vôľou premeniť projekt na finančný profit. Riziko je práve v nákladoch na ostatné doplnkové služby, či sa prejavia vo forme efektu, alebo to bude skôr podoba zvýšených nákladov, ktoré bude problematické absorbovať. Uvidíme. Ale partneri sa rozhodli, že idú spoločne niečo urobiť s určitým rizikom, no zároveň aj s určitou víziou. Na konci by z toho mohol byť „win-win“ efekt pre obidve strany. Čo sa týka digitalizácie, my od roku

2000 vyvíjame svoj vlastný softvér a sme v tom pomerne ďaleko. Heidelberg vyvíja štrukturálne veľmi podobný softvér, čo nás upevnilo v tom, že ideme správnym smerom. Teraz si na zjednodušenie celého procesu vzájomne vymieňame skúsenosti, aby sme to nemuseli riešiť separátne. Tam vidím, že by mohol byť prínos. Hlavne sa z hľadiska obsluhy snažíme znížiť počet kontrolných bodov, ktoré sa musia do systému zaznamenávať. To znamená znížiť administráciu práce a nahradiť ju väčším počtom automatických hlásení. Nebudeme odkázaní na verifikáciu dát, ktoré pracovníci do systému zaznamenávajú, spresní sa vypovedacia schopnosť i z časového hľadiska. Prebehne to automaticky, keď sa konkrétna udalosť udeje, o to sa stará 3000 senzorov, ktoré sú na stroji nainštalované. Pokiaľ odstránime nejaké zdvojené zapisovanie dát pre potreby nášho in-

Od Heidelbergu čerpáme všetky informácie, ktoré nám ako výrobcovia stroja vedia ponúknuť.

terného kalkulačného účtovníctva, a pre potreby vyhodnocovania performance zo strany Heidelbergu, čiže si nejaké dáta z nášho a ich systému vymeníme, tak si viem predstaviť posun vpred. Bude to zjednodušenie a hlavne spresnenie práce.

Kvalifikovaných tlačiarov je na pracovnom trhu ako šafranu. Je verejným tajomstvom, že školstvo neponúka hotových pracovníkov, ktorí by v polygrafii boli hneď ako doma. Kde nachádzate pracovnú silu?

Zo začiatku sme čerpali hlavne v regióne zo zamestnancov, ktorí boli vyučení, keďže Martin bol aj predtým tlačiarenskou baštou. V ofsete nám táto časť pracovnej sily stačila. Ale tlač celoobvodových etikiet, to už bola špecializácia, ktorú v tom čase nikto na Slovensku nerobil. Buď sme preškoľovali ofsetových tlačiarov, alebo sme brali nových ľudí z polygrafického učilišta v Martine a systémom odborných školení ich transformovali na flexotlačiárov. Je ťažké nájsť ľudí na hybridné technológie, v oblasti UV farieb je lídrom naša tlačiareň. Na Slovensku v rámci školstva neexistuje inštitúcia, by nám pripravila hotových zamestnancov. Časť našich pracovníkov absolvovala školy v Česku. Čo sa týka THP, odborné školenia robíme v spolupráci s chemicko-technologickou fakultou STU. Ak hovoríme o technológoch, sú to práve absolventi spomínanej fakulty. Duchom sme mladý tím. A mojou manažérskou zásadou je – myslieť dopredu a nie dozadu. ■

Podívejte se na video, jak funguje model Subscription.





„Po 21 rokoch podnikateľského
manželstva s Heidelbergom už
toho vieme o sebe veľa. Je to
kontinuálne rozširovanie
spolupráce.“

Vladimír Veselovský, Aluprint s. r. o.

MÉNĚ JE NĚKDY VÍCE

DIRECT MAIL SE VRACÍ

Direct mail je souhrnné označení pro rozesílání propagačních materiálů. Zahrnuje dopisy, pohlednice, katalogy, ceníky a tak dále. Často dochází k záměně s termínem direct e-mail, což je elektronická verze direct mailu. Obojí patří pod direct marketing – cílená reklamní kampaň. Nejedná se o žádnou novinku, používá se už dlouhé roky. Zlaté časy zažíval direct mail v letech 2004–2006, kdy byl historicky největší boom. Dle statistik se v roce 2006 odeslalo celosvětově 213 miliard direct mailů. Pak nastal sestup.



O

výrazné zamíchání karet ve světě direct marketingu jako takového se postaral velký rozmach sociálních sítí: Facebook, Google, ale také třeba Seznam.cz. Ty umožňují pomocí cílených reklam velice efektivně filtrovat vaše potenciální zákazníky podle věku, pohlaví, koníčků, sociálních, demografických a dalších kritérií. Už už se zdálo, že klasický direct mail, jak jsme ho znali, je mrtev. Všechno je ale jinak!

Direct mail chytá nový dech

V loňském roce se něco stalo! Společnosti po celém světě si všimly, že direct marketing obecně získává opět na síle. Nejen v případě on-line (direct e-mail), ale především, a to je právě zajímavé, začal růst také direct mail (klasický adresný, tištěný). Trh se zkrátka mění a stále větší vliv získávají jak nové platformy – zejména již zmíněné sociální sítě, tak i nové technologie v čele s chytrými telefony a tablety. Současně se vrací i léty prověřené postupy a přesně sem patří také direct mail.

Lepší komunikace / měření a interaktivita / mileniálové

Tyto tři faktory jsou zásadním hybatelem staronového trendu direct mailu. Firmy umí lépe komunikovat, cílit na správného zákazníka. Své sehraje také personalizace. Díky moderním technologiím je dnes snazší vše efektivně vyhodnotit, analyzovat a ušít konkrétním zákazníkům na míru. Samozřejmostí je i pokročilý stupeň automatizace, který výrazně pomáhá vše rychle a efektivně zvládnout. Mileniálové přebírají otěže v průmyslu, výrobě, obchodu i marketingu. Je to generace, která vyrostla na moderních technologiích a je do velké míry historicky nezatížená písemným

sdělením (katalogy, newslettery, obchodní nabídky ap.). Proto vítají tištěnou komunikaci jako něco nového, neokoukaného.

Rozpočty firem a nástroje

Zhruba 75 % marketingových rozpočtů směřuje do tradičních aktivit: veletrhy, eventy a tištěná reklama. Jen 21 % míří na zákazníka skrze digitální média: web, optimalizace pro vyhledávače (SEO), placená on-line reklama (PPC) a sociální sítě. Nejvíce firmy on-line investují do webových stránek (99 %), dále je to e-mail marketing (66 %), SEO (55 %), sociální sítě (43 %)

TECHNO- LOGIE

„Business Intelligence umožňuje strukturovaný přístup, který vede ke zvýšení zisku z konkrétní zakázky.“

ANTHONY THIRLBY
MEZINÁRODNĚ UZNÁVANÝ EXPERT
NA AUTOMATIZACI A OPTIMALIZACI
PROCESŮ

STRANA 37

Strana 50

Starý stroj jako nový – zkušenosti TISKÁRNÝ DANIEL s použitým strojem

Strana 54

Tips & Tricks pro lepenou vazbu V2

a PPC reklama (41 %). V reálném prostředí vedou tištěné propagační materiály (až 77 %), články v médiích (71 %), eventy (65 %), veletrhy a výstavy (59 %), direct marketing kampaně (36 %) a outdoor reklama (27 %) nebo telemarketing (18 %).

Příklady táhnou

Direct mail se zkrátka vrací a firmy mu začínají věřit. Názorně je to vidět nejen v polygrafii. Například síť obchodů s oblečením Blažek, ale stejně tak i velké obchodní řetězce, jež zahrnuly direct maily do svých standardních marketingových aktivit. Podle mnohých statistik byly dříve běžně rozesílány direct maily v průměru na 10 000 kontaktů s RR (Response Rate) 1 %. Pokud měl někdo RR 1,4 %, byl to vynikající výsledek. Dnes je početně obesíláno mnohem méně abonentů (v průměru „pouhá“ 1/10 oproti dřívějšímu, tedy cca 1 000 lidí), jenže daleko lépe cílených. RR je pak neuvěřitelných 25–30 %, což je výsledek, o němž si firmy ještě nedávno mohly nechat jen zdát. Direct mail je zkrátka zpět a funguje lépe než kdy dříve. Je celkově mnohem sofistikovanější, stojí za tím spousta práce, lepší testování, přesnější cílení, měření, analýza. Ale také důraz na kvalitu obsahu a personalizaci. Méně je prostě někdy více. ■

NEJVĚTŠÍ SPEEDMASTER JE VE SVITAVÁCH



Společnost WestRock je jedním z největších globálních obalářských koncernů se sídlem v USA a zaměstnává více než 39 000 lidí ve svých 250 pobočkách po celém světě. Nejdůležitější evropský závod společnosti je ve Svitavách, kde se soustředí především na výrobu a potisk nápojových obalů. Jako jediný v ČR vlastní i velkoformátový archový ofsetový stroj Heidelberg Speedmaster XL 145.



S

polečnost Westrock Packaging Systems Svitavy, s. r. o. je zaměřena na zakázkovou výrobu kvalitních potištěných obalů a obalových řešení. Závod zde byl postaven v roce 1995 na „zelené louce“ a v současnosti patří s 300 zaměstnanci mezi nejvýznamnější zaměstnavatele v regionu. Svou produkci vyváží do 20 států světa. Během své existence závod prošel mnohými změnami a rozšířeními. Současný závod je oproti původnímu (9 000 m²) téměř dvojnásobného (16 000 m²) rozsahu. A o zvyšující se produkci svědčí téměř pětinásobný (27 700 MT) objem spotřeby kartonu na výrobu obalů oproti počátečnímu (6 000 MT) objemu.

Proměnou prošla během své historie i samotná výroba,

kteřá se od dříve převažujících tabákových produktů přesunula jednoznačně směrem k nápojům. Nápoje jsou segment poměrně komplikovaný a hodně členitý. Společnost pracuje pro tak známé značky, jako je Red Bull, Coca-Cola, Pilsner Urquell a mnohé další. Velikost zakázek je obvykle kolísavá v závislosti na jednotlivých ročních obdobích. Na rozdíl od jiných sortimentů se často jedná o velké zakázky. Podle řady prognóz se navíc obchod s kartonovými obaly bude v budoucnosti zřejmě i dál rozšiřovat,

SPEEDMASTER XL 145 ZVLÁDÁ PRACOVAT S ARCHY VE FORMÁTU AŽ 1060 × 1450 MM.

a to především v oblasti sekundárních obalů, kde jsou kartonové multipackys stále častěji žádané i na úkor environmentálně méně příznivých plastových fólií. WestRock v moderním závodě disponuje řadou sofistikovaných technologií, ať už se to týká výseku, tisku či lepení.

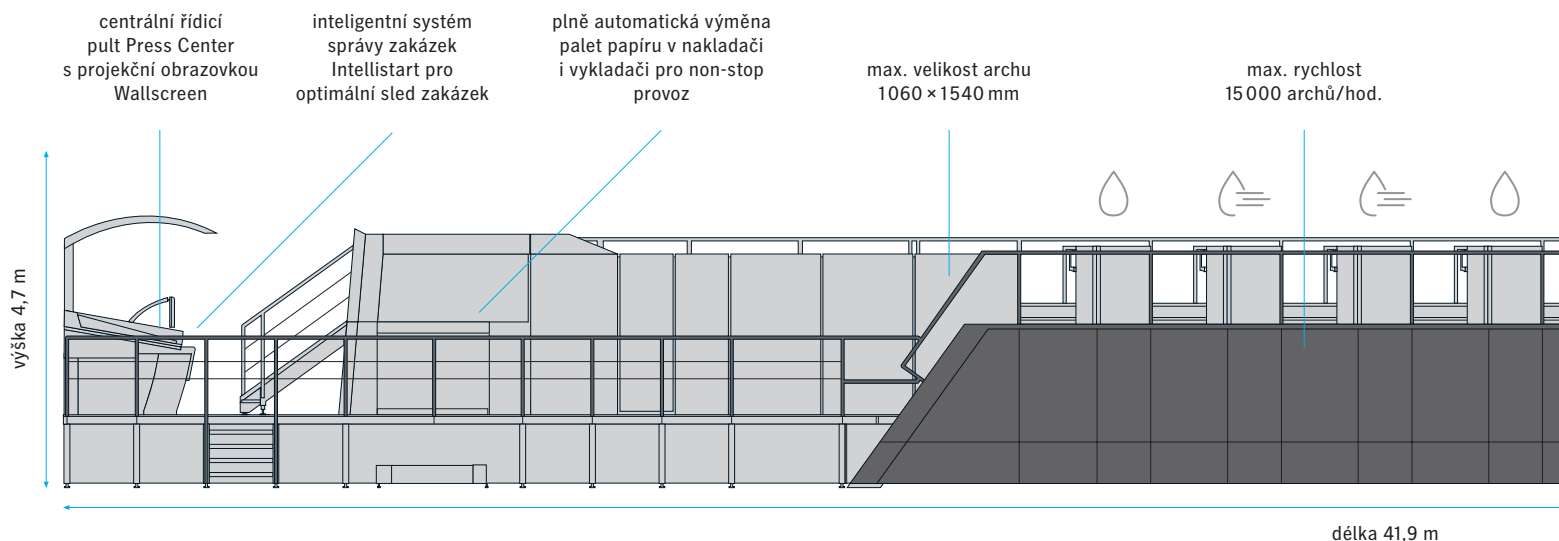
S rostoucím objemem zakázek ve svitavském závodě potřebovali nové výkonné zařízení pro velké formáty, které jim zajistí stabilní, vysoce kvalitní a rychlé zpracování zakázek. Společnost se rozhodla pro velkoformátové tiskové zařízení Heidelberg Speedmaster XL 145 v unikátní konfiguraci. Vedle potřeby výkonné technologie pro velké formáty hrály rozhodující roli i dobré zkušenosti, které koncern WestRock s velkoformátovými stroji Heidelberg má. Ostatně ani pro svitavský závod se nejednalo o první

zkušenost s touto značkou, na starším typu ofsetového stroje (Speedmaster CD 102) do dnes vyrábí i náročnější typy zakázek a s výbornou kvalitou jsou spokojeni jak operátoři ve výrobě, tak především klienti společnosti. Při výběru a realizaci takto velké investice nešlo pochopitelně podceňovat ani servis, který podle své dlouhodobé strategie poskytuje společnost Heidelberg svým zákazníkům v prvotřídní kvalitě. Špičkové školení technici reagují ve velmi krátkém čase, čímž se výrazně rovněž eliminují prostoje strojů. Nejenom tyto, ale i řada dalších důvodů vedla firmu k zatím poslední velké investici, která se začala realizovat na jaře 2017, tedy k zakoupení a instalaci velkoformátového tiskového stroje Speedmaster XL 145.

Proč Speedmaster aneb od ověřené pozitivní reference až k instalaci neuběhla dlouhá doba

Od počátku byla kvůli produkci jasná volba velkoformátového tiskového stroje

Speedmaster XL 145-8-LYYL X2 UV



mátový ofset. Rozhodovací proces byl náročný, jak tomu již u takto velkoryse pojatých investic bývá. Samozřejmým požadavkem byla velmi vysoká produktivita spojená s možností širokého spektra zušlechtění potištěného archu při jednom průchodu tiskovým strojem s vysokým procentem automatizačních prvků vedoucích nejenom ke zrychlení vlastního tisku, ale především k zefektivnění přestavby stroje na novou zakázku a tím zkrácení neproduktivních časů na minimum.

Velkoformátové stroje Speedmaster XL 145 a 162 byly poprvé představeny na drupě 2008 a již od následujícího roku stroje začali pro své výrobky zakupovat mnozí světoví producenti obalů. Tak, jak celosvětově roste segment výroby potištěných obalů, vzrůstá i poptávka po velkoformátových strojích, a vedle formátu B1, který nemusí být pro producenty obalů vždy dostačující, jsou žádané

především formáty 6B a 7B, což jsou formáty obou jmenovaných strojů. Do loňského roku bylo celosvětově instalováno již 180 tiskových strojů Speedmaster XL 145! K největším uživatelům těchto strojů patří právě koncern WestRock, který jich ve svých závodech provozuje 14. Stroje se vyznačují excelentní kvalitou tisku, výkonem i vysokou mírou automatizace. Operátoři oceňují i velmi uživatelsky přátelské prostředí ovládání. Na základě takto prověřených referencí není divu, že se pro tuto nemalou investici rozhodl i svitavský závod, který se stal prvním (a zatím i jediným) takto vybaveným výrobcem na českém trhu. Kvůli instalaci tohoto skoro 42 metrů dlouhého giganta musela proběhnout řada stavebních úprav i ve vlastní produkční hale. Konstrukce jednotlivých dílů je opravdu robustní, takže při stěhování muselo dojít i ke zvětšení dveří. Stroj byl instalován na vyvýšené betonové segmenty tak, aby měl operátor bezproblémový vstup do dolní části stroje a také se tím zvýšila celková světlá výška stroje v nakladači a vykladači. Zvýšila se tak tedy celková maximální výška stohu papíru.

Koordinace jednotlivých přípravných prací však byla při instalaci naprosto bezchybná a uvést stroj do chodu se ve Svitavách podařilo dokonce o měsíc dříve.

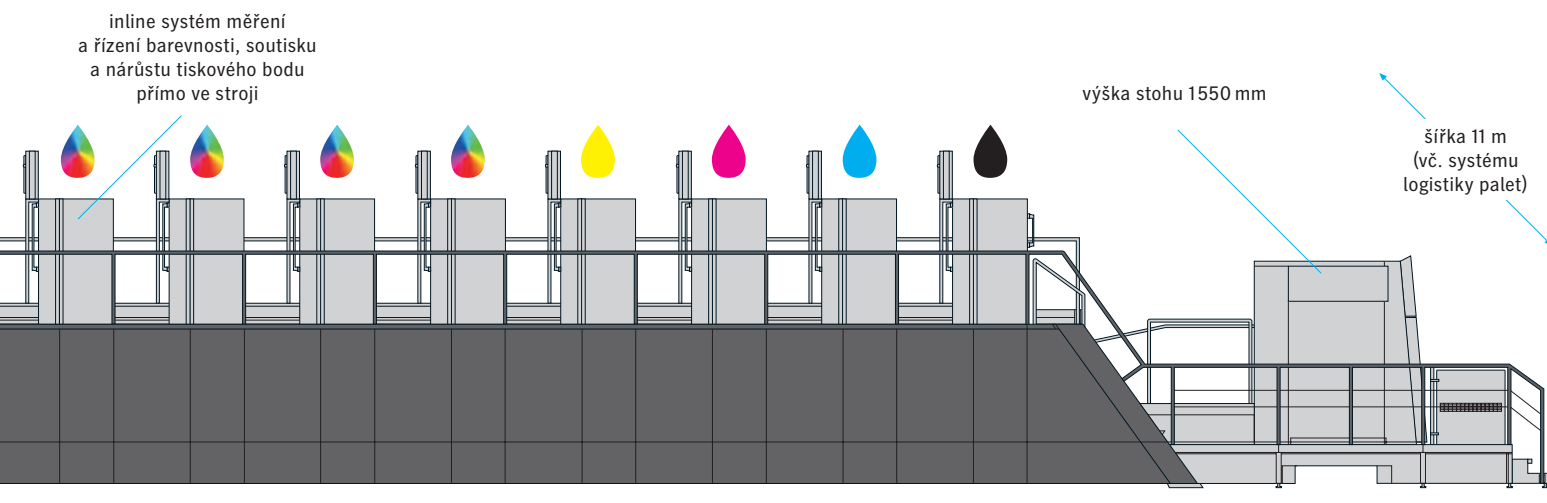
Sofistikovaná technologie je primárně určená pro obaláře, ale využít ji může i komerční tisk

Speedmaster XL 145 dokáže pracovat s archy v maximálním formátu až 1060×1450 mm. Stroj je určen především pro obaláře, ale hojně jej využívá i komerční tisk. Tloušťka potiskovaných archů se pohybuje v závislosti na opční výbavě v rozmezí 0,06 až 1,6 mm. Ve Svitavách se nejčastěji zpracovávají skládačkové kartony o plošné hmotnosti 280–400 g/m², samozřejmě je zde díky konfiguraci stroje i prostor pro nižší či naopak vyšší gramáže. Z technických parametrů za zmínku jistě stojí i maximální tisková rychlost stroje, která je i v tomto formátu úctyhodných

NÁPOJOVÉ A POTRAVINÁŘSKÉ OBALY

Segment sekundárních nápojových a potravinářských obalů neustále stoupá. Specifikum těchto obalů tkví v tom, že nejenom plní ochranně-manipulační funkci, ale i řadu marketingových funkcí (informační, propagační, estetickou, prodejní, psychologickou atd.). Při výrobě těchto obalů je nutné zohlednit jak jejich větší formát, tak i vysoké požadavky na kvalitu vícebarevného tisku. Především pro tento typ obalů je určena unikátní technologie Speedmaster XL145/162.

Pročtěte si kompletní informace o Speedmaster XL 145.



14

Tolik strojů Speedmaster XL 145 a 162 provozuje koncern WestRock po celém světě, a je tak největším uživatelem.

› 15 000 archů za hodinu. Reálná produkční rychlost však pochopitelně závisí na druhu potiskovaného materiálu a řadě dalších faktorů.

Ve svitavském závodě WestRock je Speedmaster XL 145 v konfiguraci LYYL, tedy celkem s osmi tiskovými a dvěma lakovacími jednotkami s mezisušením. Oproti menším tiskovým strojům je u tohoto typu zařízení prostor nakladače úměrně zvětšen tak, aby odpovídal tiskovému formátu 6B (u strojů XL 162 až 7B). Ve standardu pak může být výška stohu v nakladači i vykladači až 1550 mm. U XL strojů je pro snazší a přesnější manipulaci s archy i při vysokých rychlostech využito systému dynamických brzd archu s větší sací plochou, které lze automatizovaně nastavovat podle velikosti tiskového archu, umístění tiskových ploch, rychlosti stroje či typu potiskovaného materiálu.

Kompletní změnu zakázky na vícebarevném stroji lze provést do 13 minut (např. změnu barvy lze realizovat do 2,5 minut). Tiskový stroj je vybaven mimo jiné systémem Prinect Inpress Control pro inline spektrální měření a řízení barevnosti přímo ve stroji při plné rychlosti produkce. Inpress Control zároveň měří a řídí soutisk a umožňuje měření nárůstu tiskového bodu.

Ještě doplníme, že nová generace systému Inpress Control 2 dokonce umožňuje i měření metalizovaných materiálů a transparentních substrátů s potiskem krycí bílou. Řízení stroje, včetně ovládání nakladače, je možné z pultu dálkového řízení Prinect Press Center. Zde je také možné ukládat k jednotlivým zakázkám informace o nastaveních jednotlivých součástí, řídit tiskové jednotky či nastavovat registry u lakovací jednotky. Automatizační prvky se však netýkají jen pohybu archu či nakládání a vykládání, ale především tiskových jednotek. K výrazné časové úspoře slouží systém automatické výměny tiskových desek AutoPlate XL, u kterých není potřeba ohýbání. Výměna všech desek u osmibarevné zakázky trvá cca 1,5 minuty. U XL řady existuje možnost odstavení tiskové jednotky v případě, že na ní v průběhu zpracování zakázky nedochází k tisku. Extrémně nízkými časy, ale se zaručenou požadovanou kvalitou, se vyznačuje i mytí. ■





Aby měl operátor bezproblémový přístup k dolním částem stroje, byl Speedmaster XL 145 instalován na vyvýšené betonové segmenty. Zvýšila se tím také maximální výška stohu v nakladači a vykladači.

PREMIÉRA NOVÉ LINKY DIANA GO

Na Slovensku proběhla světová premiéra nové lepicí linky Diana Go, která vyniká svou kompaktností, rychlostí, kvalitou zpracování a příznivou cenou. MK Masterwork s linkou Diana Go přinesl vhodné řešení pro kratší až středně velké zakázky.

V

Novém Městě nad Váhom se 13. března konal Open House společnosti MK Masterwork při příležitosti světového představení nové skládací a lepicí linky Diana Go, jejíž technické vlastnosti vycházejí z požadavků zákazníků a doplňuje tak vhodně portfolio lepiček Diana. Portfolio skládacích a lepicích strojů Diana je pestré a rozhodně by nemělo uniknout pozornosti zájemcům o polygrafické inovace. Aktuálně si mohou firmy vyrábějící krabičky nebo firmy, které se chtějí do výroby krabiček teprve pustit, vybírat ze čtyř typů strojů a několik formátových provedení. Výroba lepicích linek Diana je mimo jiné pěkným příkladem globalizovaného byznysu překračující hranice. Značka Heidelberg se propojuje s čínskou společností Masterwork Group. Skládací lepičky Diana se vyrábějí na Slovensku, v podniku MK Masterwork v Novém Městě nad Váhom, a jejich vývoj probíhá v Německu, v Neussu u Düsseldorfu. Vý-

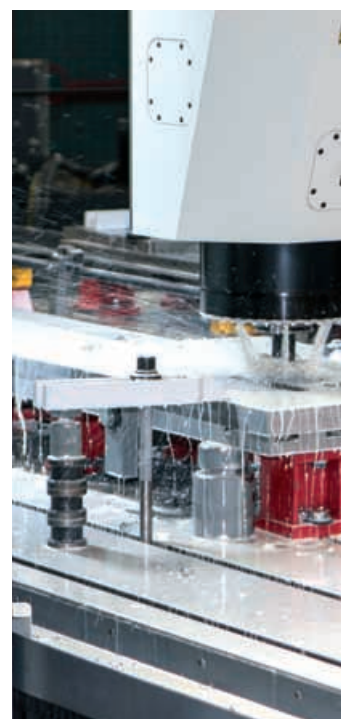
voj skládacích lepiček Diana pokračuje pod značkou MK Masterwork především v oblasti automatizace. Navazuje tak na řešení realizovaná již dříve pod hlavičkou Heidelberg, a ještě před tím pod značkou Jagenberg. Ve společnosti Heidelberg nabízíme skládací lepicí linky Diana včetně servisu také českým a slovenským zákazníkům.

Diana: X, Smart, Easy

Skládací lepička Diana X je na trhu v pozici etalonu výkonu a spolehlivosti. Jde o největší stroj dosahující výkonu až 650 m/min. Diana X umožňuje jednobodové až šestibodové lepení. V současné době nabízíme model Diana X ve dvou šířkách 80 a 115 cm. Nabídka produkce, kterou je Diana X 80/115 schopna zpracovávat, zahrnuje vše od lehkých až miniaturních krabiček až po netypické krabice. Lepicí a skládací stroj Diana Smart byl vyvinut na základě konceptu a platformy Diana X jako zařízení určené pro střední výkonnostní třídu s rychlostí 450 m/min. Skládací lepička Diana Smart se nabízí v provedeních pro šířky 55, 80 a 115 cm. Model Diana Easy je určen pro nižší až střední výkonnostní požadavky. Nabízí rychlost až 300 m/min. při zpracování produktů v šířce 85 a 115 cm. Skládací lepička Diana Easy byla uvedena na trh před dvěma lety. Během roku a půl od premiéry se prodalo 30 těchto strojů.

Diana Go

Modely Diana X, Smart a Easy nabízejí relativně hodně komfortní a flexibilní výběr konfigurací, provedení a výbavy. Na základě požadavků trhu jsme nyní doplnili řadu skládacích lepiček Diana o nový model Diana Go. Mezi její hlavní přednosti patří snadné a rychlé nastavení zakázky, krátké přípravné časy a relativně malé provedení (má „pouhých“ 9 m na délku, což vzhledem k ostatním linkám není mnoho). Maximální rychlost dosahuje až 250 m/min a jsou zde použité prvky z vyšších modelů ➤







› řady Diana. Skládací lepička Diana Go je určena pro kratší až středně velké zakázky. Může zpracovávat celou řadu nejrůznějších kartonových krabiček, například s typem skládání straightline, který vyžaduje pouze jednobodové lepení nanášené na klogy, kdy se horní i spodní části krabičky ponechávají otevřené, anebo typ lockbottom, kdy je dno samosvorné. Stroj Diana Go může naskládat a slepit i mnoho dalších typů produktů, například obálek, obalů na CD apod. Diana Go je určena především firmám, které vstupují do segmentu výroby krabiček. I u nás je řada tiskáren, které pod tlakem trhu rozšiřují svůj produktový záběr nad rámec původního komerčního tisku a uvažují právě o lehkých skládaných a lepených obalech. Diana Go tak může pro tyto potenciální klienty představovat vhodné řešení s atraktivním poměrem ceny a výkonu, ale také flexibilitou a nízkými nároky na prostor. Nový model najde

uplatnění také u větších výrobců krabiček, kteří chtějí posílit stávající produkční kapacitu. Diana Go může tudíž představovat zajímavou investici jak pro komerční tiskárny, které se chystají vstoupit do segmentu lehkých skládaných obalů, tak i pro firmy dlouhodobě zavedené v packagingu.

Vysoká přidaná hodnota

Uživatelům skládacích lepiček Diana, resp. zákazníkům, kteří o investici teprve uvažují, kromě standardní konfigurace nabízíme také celou řadu nadstandardních prvků konfigurace a výba-

MEZI HLAVNÍ PŘEDNOSTI DIANY GO PATŘÍ SNADNÉ NASTAVENÍ ZAKÁZKY, KRÁTKÉ PŘÍPRAVNÉ ČASY A KOMPAKTNÍ ROZMĚRY.

vy. V nabídce je např. přednakládací modul Stack Turner, který obsluhu umožňuje poměrně jednoduchou manipulaci při kontinuálním nakládání vyseknutých polotovarů na nakladač Diana Feeder. Podobně i dávkování zakázky po vyložení naskládaných a slepených obalů obsluhu usnadňuje modul Diana Packer. Dále je zde modul Diana Braille, který skládací lepičku obohacuje o možnost aplikace Braillova písma. Některé druhy obalů, například farmaceutické, nelze už ani podle stále přísnější legislativy bez označení v Braillově písmu uvádět na trh. Stroje Diana nabízejí provozovatelům také snadnou obsluhu s automatizací, jež je uplatněna při přípravě stroje na zakázku, resp. i během jejího

zpracování. Pomocí modulu Diana Inspection Control se provádí stoprocentní inspekce produktu. Používá se při tom vysokorychlostní kamera s integrovaným LED zdrojem. Kontrolovat lze na obalech umístěné logo, čárové kódy i text.

Shrnutí

Diana Go i další produkty Masterwork procházejí přísným kontrolním procesem Heidelbergu (Quality Gates). Kromě továrny v Novém Městě na Slovensku, kde se vyrábějí a montují skládací a lepicí linky Diana Go, Diana Easy, Diana Smart a Diana X, jsou další zařízení vyráběna ještě v závodě v Tianjinu v Číně. Ze čtyř typů a několika formátových provedení si vybere každý, kdo se hodlá vážně věnovat packagingu. ■

Prohlédněte si technické parametry linky Diana Go



BÍLÁ KNIHA PRO CHYTRÉ TISKÁRNY

Cílem bylo pomoci zákazníkům a kolegům, říká Anthony Thirlby, když vysvětluje, proč se v rámci zodpovědnosti za oddělení Prinect ve společnosti Heidelberg rozhodl sepsat tzv. white paper neboli bílou knihu o předpokladech a potenciálu inteligentní tiskárny. Ačkoliv se Anthony Thirlby narodil v Berlíně, je Angličanem každým coulem, a není obtížné rychle s ním navázat věčný dialog. Při jeho návštěvě v Heidelbergu Praha jsme virtuálně zalistovali v jeho bílé knize a diskutovali o konceptu, jenž je ve světě polygrafie známý jako Smart Print Shop se zpracováním zakázek ve workflow Prinect a ve standardu Push to Stop.

p

ane Thirlby, termín bílá kniha známe spíš z politiky jako zprávu o řešení celostátních i mezinárodních problémů. Co vás vedlo k tomu, abyste ji sepsal i o systémech Smart Print Shop, Push to Stop a Prinect? Co je základní myšlenkou vaší bílé knihy?

Náš whitepaper má principiálně stejný cíl jako v politi-

ce, vždyť hovoříme o firemní politice a strategii. Bílá kniha pojmenovává problémy a popisuje jejich řešení. Digitalizace nabízí polygrafickému průmyslu mnoho příležitostí k dalšímu rozvoji. Jestliže je však chceme uchopit, musíme projít změnami. Potenciál tiskáren a tiskových technologií není plně využitý. Ukazuje se, že produktivitu lze v chytré řízených tiskárnách typu Smart Print Shop, které používají workflow Prinect a Push to Stop, až zdvojnásobit.

Co je hlavním předpokladem k tomu, abychom mohli uvažovat o smart tiskárně, kde se pracuje se standardy Push to Stop?

Hlavním předpokladem je nadefinování struktury a také popis a standardizace řídicích i technologických procesů. Cílem musí být minimalizace přerušení a prostojů v toku zakázky výrobou. Základem je plánování výroby a řízení manipulace se substráty a spotřebními materiály. A rovněž snaha soustavně dodržovat všechny standardy. Když se podaří vytvořit celistvé a integrované workflow, které je předpokladem postupů Push to Stop, potom se produktivita dostává na vyšší level. Informace

musí být vždy v potřebném čase na správném místě.

Po přečtení vaší bílé knihy se nám zdá, že těžištěm vašich doporučení, jak se stát chytrou tiskárnou, je řešení těchto základních faktorů: integrace zákazníků, minimalizace zásahů do plynulého toku zakázky, růst produktivního času a celkové produktivity, redukce makulatury a skladových zásob, optimalizace procesů při opakovatelnosti a práce s daty. Co z toho je nejdůležitější?

Všechny faktory jsou důležité jak pro nás uvnitř společnosti Heidelberg, tak i pro naše zákazníky, faktory

► působí uvnitř i vně každé společnosti. Moje úkoly v Heidelbergu jsou ze 60 % zaměřeny dovnitř společnosti a ze 40 % externě, kdy spočívají v práci u zákazníků. Charakteristiky Smart Print Shop platí pro velké, střední i malé firmy, neděláme mezi nimi rozdíl. V celosvětové obchodní síti Heidelbergu pracuje mnoho lidí, kteří mají nejrozličnější zákazníky. Náš přístup ke klientům od Ameriky až po Asii musí být všude stejný.

Dobrá, říkáte, že všechny faktory jsou stejně důležité. Procesy, na kterých závisí Smart Print Shop, je potřeba nějak kvantifikovat, musíte s analýzou a optimalizací procesů někde začít.

Základem optimalizované výroby v tiskárně a bodem, kterým je nutné začít, je celistvě integrované chápání zakázky ve všech souvislostech. Heidelberg má po světě nainstalovány tisíce tiskových strojů. Provádíme analýzy jejich využití. Zatímco v některých případech jsou již často velmi intenzivně využívány, a v České republice máme řadu takových příkladů, někdy se využívá jen 25 % potenciálu tiskového stroje. Velké rezervy vidíme také u dalších částí workflow. Klíčovým faktorem z tohoto pohledu je redukce jakýchkoliv přerušení plynulého postupu ve výrobním procesu. Zpracování běžné zakázky trvá v průměru tři dny. Z toho 55 % zabere vyhodnocování, oceňování, projednávání, administrování, plánování a předtisková příprava zakázky (bez zpracování tiskových desek). Žádoucí plynulý a automatizovaný průběh zpracování zakázky je přerušen v průměru patnáctkrát, kdy

do něj zasahuje člověk. Za tím je skryto mnoho dalších interakcí a dílčích kroků, jenom výměna potřebných informací způsobuje v průměru 75 řečnických krátkých přerušení workflow. V tiskárně charakteru Smart Print Shop jsou všechny klíčové body, jimiž zakázka prochází, zredukovány do čtyř fází: (1) ocenění a odhad průběhu zakázky, (2) naplánování, (3) tisk a postpress, (4) expedice a vyúčtování.

Svět polygrafie prochází procesem digitalizace. Jak se práce s daty promítá do pojetí Smart Print Shop?

Prosazuje se zcela zásadně. Pracujeme s konceptem Business Intelligence, který zjednodušeně znamená, že každá společnost jakékoli velikosti, tedy i tiskárna, nashromáždí v daném čase obrovská množství dat, která potom využívá při svém rozhodová-

Průměrně se využívá jen
25 %
potenciálu tiskového stroje.



Anthony Thirlby (43) je mezinárodně uznávaný expert na automatizaci a optimalizaci obchodních procesů. Své bohaté zkušenosti načerpal v pozici ředitele britské tiskárny ESP Colour a následně ve společnosti Heidelberg Druckmaschinen AG, ve které působil od roku 2016 do ledna 2019 a se kterou nadále spolupracuje jako externí konzultant.

Pro zakomponování Business Intelligence do řízení tiskárny charakteru Smart Print Shop svědčí několik dobrých důvodů. Pomocí využití dat se zjednodušuje prvotní rozhodování o zakázce. Business Intelligence umožňuje strukturovaný přístup, který vede ke zvýšení zisku z konkrétní zakázky. Tiskárnám, i menším a středním, inteligentní práce s daty přináší výhody v konkurenčním boji s dalšími poskytovateli tiskových služeb a samozřejmě i s velkými společnostmi, jakož i celkové zvýšení efektivnosti podnikání. Z pohledu zákazníků jde o zvýšení kvality služeb. Lze konstatovat, že Business Intelligence je klíčovým faktorem, jenž je podmínkou úspěchu a ziskovosti v podnikání. Business Intelligence je jedním z nejdůležitějších nástrojů inteligentního řízení firmy v konceptu Smart Print Shop.

Pane Thirlby, jako manažer odpovědný v Heidelbergu také za softwarová řešení, systémy řízení a integrace strojů do workflow Prinect jste pracoval rovněž s rozšířeným konceptem Prinect Smart Business Intelligence. Co může Heidelberg v tomto směru tiskárnám nabídnout?

Prinect Smart Business Intelligence automaticky shromažďuje data o probíhajících procesech a ukládá je nepřetržitě do centrálního úložiště na bázi cloudu s využitím platformy Microsoft Azure. Databáze potom poskytuje uživatelům systému Prinect Smart Business Intelligence bezpečný přístup k nejrozličnějším reportům a analýzám. ■

Přečtěte si celou bílou knihu Prinect.





„Smart Print Shop je
filozofie a strategie,
Push to Stop je taktika
a operativa.“



DIGITÁLNY SVET NEPREHLUŠIL POSOLSTVO KNIHY

Silu prvého dojmu pozná každý. V prešovskej firme Rokus, s. r. o., človeka osloví príjemné prostredie, kultivovaný personál a všadeprítomné farebné detaily. Nečudo, veď sme v tlačiarňi a generálnemu riaditeľovi Róbertovi Kušnírovi tlačiarenská farba doslova prischla po otcovi. Tlačiarenské remeslo pozná dôverne, len tak ľahko ho niečo nezaskočí. Záleží mu na dokonalosti produktu, ale aj na medziludských vzťahoch či dobrej pracovnej atmosfére. Uvedomuje si, že robí s ľuďmi, od nich závisí konečný výsledok. Pracovný čas je pre neho „otvorený interval“, nebýva to vždy len osem hodín, v prípade potreby potiahne i cez víkend, rovnako ako jeho tím. Keď sa pozrie späť, pripúšťa, že do novej investície by išiel skôr.



t

lačiareň Rokus urobila nedávno veľký kvalitatívny skok, inštalovali ste ofsetový tlačový stroj Heidelberg Speedmaster SX 74. Prečo ste sa rozhodli pre túto technológiu a investíciu?

Obstarali sme tento plnofarebný ofsetový stroj, lebo Heidelberg ponúkol najvýhodnejšie podmienky, ktoré sme vyžadovali v našom obstarávaní. Špecifikácie stroja splnili všetky naše požiadavky, ktoré sme naň kládli. Popri iných parametroch tam bola aj najlepšia cena, takže to jednoducho to vzišlo z verejného obstarávania, ktoré bolo potrebné pre našu investíciu v rámci rozvojových fondov EÚ.

Prvé prevádzkové skúsenosti s novým zariadením ste už získali. Akým spôsobom stroj ovplyvnil portfólio firmy a nakoľko sa vo výrobe stihli prejavíť pozitíva?

Neuplynul dlhý čas, ale môžeme povedať, že pre našu firmu to bol jednoznačne prínos vo všetkých smeroch. V prvom rade hovorím o kvalite, ide o špičkovú tlač z hľadiska tlačového bodu,

rastra, prechodov. Neviem síce zariadenie prakticky porovnať s technológiami súčasnej konkurencie, s iným tlačovým strojom, ale s kvalitou tlače sme maximálne spokojní. Dalším aspektom sú výrobné náklady a z toho vyplývajúce zaujímavejšie cenové podmienky. A v neposlednom rade je to čas vytlačenia zákazky, teda lehota dodania. Maximálna rýchlosť je na úrovni 15 000 hárkov/h.



Nová technológia sa nepochybne prejavila na charaktere výroby. Akých ste mali a máte zákazníkov, kedy firma vznikla a s akým zámerom ste ju uviedli do života?

Spoločnosť Rokus bola založená v roku 2001 ako tlačiareň, reklamná agentúra a vydavateľstvo. Šťastí to vychádzalo z rodinnej tradície, otec bol majstrom v bývalých Duklianských tlačiarňach. Už ako štu-

dent som doma pracoval na starých strojoch typu Grafopress a postupne sa to vyvíjalo a napredovalo. Neskôr bolo nutné investovať a firma potrebovala právnu subjektivitu, aby vedela komunikovať s bankami. Na základe financií z bánk som mohol investovať do rozvoja firmy a nákupu technológií. Klientela je rôznorodá. Od autorov kníh, ktoré vydávame a predávame v rámci našej orientácie na pedagogickú literatúru, cez rôzne agentúry a až po objednávateľov merkantilných tlačovín. Sú to

Cena, kvalita, čas sú ako tri vrcholy trojuholníka. Ak jeden vrchol vyčnieva, už to nie je rovnostranný trojuholník.

firmy, zaoberajúce sa výrobou nábytku, kozmetiky, stavebníctvom, strojárstvom, hotelierstvom či podnikajúce v automobilovom priemysle. Dá sa povedať, že našou parketou sú knihy, merkantil a veľkoplošná tlač – to je nosné. Nie sme úzko špecializovaní, robíme všetko.

Medzi ofsetom a digitálnymi technológiami akoby prebiehal tichý súboj. Nakoľko vnímate ofsetovú tlač ako progresívnu?

Vnímam prebiehajúci súboj, nedá sa povedať, že by neexistoval. Treba však vziať do úvahy náklady tlače. Digitálna tlač má uplatnenie pri malých nákladoch zákaziek, je pri nich možná personalizácia. Keď prišla recesia, rozpočtové zdroje sa znížili, firmy boli ochotné menej investovať, preto sa pristúpilo k tlači nižších nákladov, tlačoviny boli však prepracovanejšie. Ale postupom času sme prišli na to, že digitál je vo výnimočných prípadoch na inej kvalitatívnej úrovni. Pokúšali sme sa napríklad digitálne vytlačiť katalógy, kde ťažké plochy a prechody nevyhádzali podľa našich predstáv. Hoci vzory prišli od klienta vytlačené digitálom a laserovú tlač aj požadoval, s detailmi som nebol úplne spokojný, vyskúšali sme viaceré možnosti, náročnej grafike však ešte niečo chýbalo. Presvedčil som teda klienta, aby náklad navýšil a vytlačili sme to ofsetom. Potom to už bolo podľa mojich predstáv. Áno, digitál má v dnešnej dobe uplatnenie, hlavne pri nižšom náklade, personalizovanej tlači a expresných zákazkách.

Zdá sa, že nedáte dopustiť na ofset...

Veď sme investovali do ofsetového stroja! Myslím si, že ofset má svoje miesto a bude ho mať ešte veľa rokov, minimálne kým nám bude spoľahlivo slúžiť ten náš. Čo sa týka nákladu, podľa našich skúseností, pri veľkej väčšine zákaziek nad 500 kusov je vo všetkých ohľadoch výhodnejšia ofsetová tlač.

Pre podnikateľský subjekt je dôležitá minulosť i budúcnosť. Na čom staviate rozvoj firmy a s čím chcete uspieť v dost neľútostnom konkurenčnom prostredí?

Myslím si, že našou doterajšou cestou – ktorá sa nám zdá byť správna – je osobný prístup a dobré vzťahy s našimi klientmi. Nám sa zatiaľ vyplatilo ísť spôsobom, že zákazník, ktorý k nám príde hoci aj na pár minút, sa tu cíti dobre. Samotní klienti nám niekoľkokrát potvrdili, že je u nás príjemná atmosféra, nerobí sa v strese. A vzťahy sú také dobré, že sa k nám radi vracajú. Na základe týchto dlhoročných vzťahov sa vieme dohodnúť, či už na dodaní, cene a všetkých ostatných záležitostiach. Každému sa snažíme venovať maximálnu pozornosť, pretože z každého zdanlivo malého klienta môže byť raz veľký. Ale platí to aj naopak. Spravidla ide o lokálnych odberateľov, ale dnes nie je problém dopraviť tovar kamkoľvek. Klientov máme v rámci celého Slovenska, časť produkcie ide na export. Pri početných jazykových mutáciách tlačovín sú naše výrobky v mnohých ďalších krajinách.

V prípade nového stroja nejde len o inštaláciu. V čom je pre vás prínosom spolupráca s Heidelbergom, nakoľko takýto technologicky silný partner môže ovplyvniť firemnú stratégiu a pomôcť pri výrobe?

Zatiaľ môžem spoluprácu hodnotiť pozitívne. Neboli žiadne problémy, nevyskytli sa nijaké poruchy na stroji alebo niečo také, čo by malo za následok odstávku. Dodávateľ promptne vyriešil všetky naše požiadavky, prebehlo zaškolenie personálu. Po inštalácii stroja skúsení ➤

» pracovníci Heidelbergu trpezlivo oboznámili obsluhu s konštrukčným riešením, funkciami a prevádzkou stroja. Vedeli tiež pohotovo reagovať prostredníctvom telefonických inštrukcií na dialku. Zásah doteraz nebol potrebný. Čo sa týka spotrebného materiálu, kde sme tiež dohodnutí, nie je problém s dodávkami. Chodia načas, v takom množstve a zložení, ako sa objedná. Zatiaľ je všetko v poriadku.

Práca v tlačiarni nie je len job. Niektoré zákazky sú svojím spôsobom umeleckými dielami, nechýbajú v nich emócie a človeka chytia za srdce. Keď zalovíte v pamäti, na ktorú zákazku si najväčšie spomínate?

Za tie roky toho bolo veľa, aj keď sa nezameriavame vyslovene na špeciality. V niektorých prípadoch sa s tým vyhrali knihári, keď sme robili jedálne lístky alebo kroniku s reliéfnou zlatou termorazbou do kože, kovovými doplnkami a zviazané špeciálnymi skrutkami. Inokedy zas človeka poteší, keď je zákazník nadmieru spokojný s kalendárom, kde je to hlavne o našej kreatívnej grafike, potom tlačí s ďalšou priamu farbou, UV parciálnym lakom, výsekom, dokonca šikovne osadeným reklamným predmetom.

Ktorým smerom sa chcete vydať do budúcnosti a naokoľko ešte plánujete zdokonaľovať „vozový park“?

Do budúcnosti by sme chceli pokračovať vo filozofii, na ktorú sú naši klienti zvyknutí. Je pre nich dôležité, že si v oblasti tlače, reklamy a vydavateľstva vedia vybaviť všetky svoje požiadavky pod jednou strechou, poskytujeme teda kompletnú službu. Novým strojom od Heidel-

bergu a ich osvitkou Suprasetter A75 sa nám výrobný proces pekne uzatvoril. V roku 2015 sme investovali do vyše 10 rôznych technológií, ako sú laserové produkčné tlačiarne, veľkoplošné tlačové a rezacie plotre a stroje na rôzne knihárske spracovanie. Z hľadiska digitálu, veľkoformátu, ofsetu a knihárskych prác sa dá povedať, že dnes vieme vyrobiť vo vlastnej réžii skoro všetko.

Aké tri zásady sú pri podnikaní v tlačiarenskom biznise najdôležitejšie?

Tri zásady... hlavnou je poctivosť – nejst do zákazky s tým, že chceme na zákazníka za každú cenu len zarobiť, ale chceme maximálne naplniť jeho požiadavky. No keď sa pýtate na tri princípy, otázka mi stále evokuje kvalitu, cenu a čas. Všetky tri predpoklady sa musia dodržať a byť optimálne nastavené, aby bol zákazník spokojný. Sú ako tri vrcholy trojuholníka, ak jeden

Myslím si, že ofset má svoje miesto a bude ho mať ešte veľa rokov.

vrchol vyčnieva, už to nie je kompaktný, rovnostranný trojuholník, zákazník nemusí byť spokojný. Hoci je zákazka urobená kvalitne a načas, ale keď je zbytočne drahá, potom klient neodchádza s dobrým pocitom. Keď tovar dostane neskôr, ale pritom za dobrú cenu a kvalitne, znovu nemusí byť spokojný, lebo po termíne mu môže byť výrobok zbytočný. A zas, keď dodržíme cenu a všetko je načas, ale kvalitatívne nie na úrovni, akú klient očakáva, tak by sa k nám znova asi nevrátil.

Spoločnosť Rokus pôsobí na trhu vyše dve desaťročia. Detské choroby máte za sebou. Čo by ste s odstupom času urobili inak?

Samozrejme, že vzniknú rôzne problémy. Niektoré pohľadávky sú dlho nevyriešené, možno aj premlčané, alebo sa nedajú vydoberať. Predpokladá, že pôjde práve o tento prípad, sa dá len ťažko, najmä keď robíte s človekom, ktorý nie je neznámy, ale je dlhoročným klientom. Tieto záležitosti treba možno brať viac obchodne, ako kamarátsky. A možno, že som do týchto investícií mohol ísť skôr. Keby sme tieto technológie mali nainštalované pred pár rokmi, boli by sme zase niekde inde. Ale v zásade sme využili prvé naskytnuté príležitosti a pri reálnej možnosti obstarania nových technológií pod značkou Heidelberg som ani chvíľu neváhal.

Tlačiari sa sťažujú, že je čoraz problematickejšie nájsť kvalifikovaných ľudí, ktorí vo firme zostanú. Akoby práca v tlačiarni mladých nelákala. Máte dosť ľudí, viete si ich udržať, nie ste príliš prísny šéf?

Problém nedostatku kvalifikovanej pracovnej sily je markantnejší v prípade zamestnancov s nižším vekom. Tí, ktorí si už odpracovali svoje – ešte v štátnych firmách, potom v súkromných

spoločnostiach na pozíciách tlačiarov, knihárov a v iných výrobných profesiách – tí sú stabilnejší. Dá sa s nimi dlhodobo počítať, ale pri kreatívcoch je to tak, že majú voľnejšie myšlienky a sú možno otvorení iným víziám. Chce to špecifický prístup, ale v zásade sa s nimi vieme dohodnúť. A aký som šéf... To by asi museli povedať moji zamestnanci. Ale snažím sa s každým vychádzať dobre. Niekedy za mnou prídu aj s čisto súkromnými záležitosťami, ktoré by som ani neočakával, alebo ma žiadajú o radu. Tak predpokladám, že mi dôverujú. Považujem za optimálne mať v tíme tak okolo 10 ľudí, aby vzťahy boli bližšie a podnikanie sa nieslo v rodinnom duchu. S tým mojim tímom som veľmi spokojný a som rád, že sa môžem na ľudí vo všetkom spoľahnúť. Ale nie je všetko len o práci. Čo sa týka relaxu, ja osobne mám rád zimné športy ako lyžovanie, skialpinizmus, hokej, v lete trávim čas pri vode kitingom a jachtingom.

Má vo svete IT technológií vôbec význam tlačiarenská práca? Inými slovami, obстоjí kniha, plagát či reklamný predmet pred všemocnou obrazovkou počítača?

Téma nie je nová, rezonovala aj na predposlednej drupe. Či ľuďom bude stačiť tablet... Sám som ho svojho času mal a pravidelne používal. Všade som ho nosil so sebou, dnes to už nerobím. Ak ide o beletriu, čítanie kníh na tablete je iné ako otvoriť si knihu. Chýba dotyk, vôňa, ja som zvyknutý niečo si zvýrazniť a poznačiť, čo na tablete nie je možné. Áno, v tablete môžete mať celú knižnicu, to sa nezmení. Ale ak otázka stojí tak, či počítač nahradí knihu, tak si myslím, že nie. ■



FENOMÉN MAGALOG

Magalog je marketingový nástroj využívaný napříč celým spotřebitelským trhem. Setkat se s ním můžeme v analogové i digitální podobě. Jaká je jeho definice a v čem tkví jeho úspěch?

Název lze snadno rozklíčovat. Skládá se ze dvou termínů magazín a katalog a je jednoduše kombinací těchto dvou produktů. Jedná se o propagační katalog navržený tak, aby se podobal časopisu vysoké kvality. Myšlenkou je uskutečnit marketingový záměr ve formátu časopisu a prodávat svůj produkt.

Magalog má velkou šanci zaujmout čtenáře, kteří ho s chutí otevrou. Obvykle se můžeme setkat s dvanáctistránkovým rozsahem. Prodejci prostřednictvím magalogu dávají marketingu více redakčního kontaktu. Obsah netvoří pouze reklamy nabízeného zboží či služby, ale také redakční články o životním stylu, rozhovory se známými osobnostmi o výrobcích a podobně. Váš produkt se tak stane důvěryhodnějším.

Je důležité, aby texty článků byly kreativní a v první chvíli čtenář nepoznal, že se jedná o reklamu. Pak budou natolik začtení, že už na tom nesejde. Setkat se můžeme nejčastěji se zaměřením na fashion odvětví, ne však výhradně. Na spotřebitelském trhu najde magalog své využití také pro spoustu investičních, nutrič-

ních a sportovních produktů, různých publikací, dětských hraček a podobně.

Tento formát vybízí ke vzdělávání klientů a budování jejich loajality ke značce. Magalog vám umožní investovat do vašich kupujících tak, že pak oni budou investovat do vás. Například obchod s rybářskými potřebami může investovat do kupujících tím, že je naučí rybařit, a oni se budou vracet pro další příslušenství, jako jsou návijáky, návnady, rybářské boty a další vybavení.

Magalog zaznamenal velký úspěch, a další obdobné modifikace na sebe nenechaly dlouho čekat. Vznikly tak například bookalog a issuelog. Bookalog je malá brožovaná kniha o větším počtu stran a své využití nachází například u životních koučů, školitelů a konzultantů, kteří nabízejí workshopy či semináře. Na druhé straně issuelog je možné vnímat jako obnovu newsletteru, jehož kvalita papíru může být nižší než u magalogu, a podporuje například předplatné periodik. ■

GALLUS SMARTFIRE CÍLÍ NA ETIKETY

Po loňské premiéře vstupuje inkjetový tiskový stroj Gallus Smartfire na světový trh. Tento stroj s mimořádně jednoduchou obsluhou a vysokou kvalitou tisku (1600 dpi) je vhodný pro menší a střední náklady etiket, přičemž bez problémů zvládá i verzované zakázky.



n

ový Smartfire je produktem úspěšného partnerství Heidelbergu a Gallusu. Obě společnosti jsou dnes propojeny vlastnický, při vývoji technologií i v globální obchodní síti.

A právě z této těsné strategické spolupráce těží i vývoj stroje Gallus Smartfire a pod-

pora při jeho uvádění na trh. Smartfire byl poprvé představen v červnu 2018 v showroomu Print Media Center Label společnosti Gallus v St. Gallenu ve Švýcarsku. Účastníci Open Housu se shodli, že mezi ostatními představenými inovacemi byl Smartfire hlavním lákadlem k účasti. Se strojem Smartfire vkročily společnosti Gallus a Heidelberg do segmentu kompaktních digitálních tiskových strojů zaměřených na tisk etiket. Po premiéře v St. Gallenu byl Smartfire představen loni v září na Labelexpo Americas, na začátku letošního roku na Heidelberg Digital Days v Miláně, a postupně i na dalších místech.

Bez přehánění, ze všech prezentací zaznívají od odborníků slova chvály. Lidé z branže okolo etiket se shodují, že mezi hlavní výhody nového stroje patří nižší investiční náročnost a snadné používání v běžných provozních podmínkách. Velice jednoduchá je kupříkladu instalace. Doslova stačí stroj zapojit do běžné elektroinstalace a začít tisknout. Provozovatel může počítat s rutinním tiskem komerčních zakázek do tří dnů od dopravení tiskového

stroje na místo, a v tom je započítáno i zaškolení obsluhy.

Výjimečná kvalita

Gallus Smartfire nabízí výjimečnou kvalitu tisku při rozlišení 1600 dpi. Rozlišení, s nímž Smartfire pracuje, je o třetinu vyšší než v případě většiny na trhu používaných digitálních tiskových technologií. Technologie tisku je založena na inkjetových tiskových hlavách Memjet s termálním tiskem drop-on-demand. Při tisku se používají vodou ředitelné barvy,



což znamená, že se pracovní a životní prostředí nezatěžuje těkavými organickými látkami (VOC – Volatile Organic Compounds). Používané tiskové inkousty jsou optimalizované pro rychlosti, jimiž tiskne Gallus Smartfire, plně podporují vysoké požadavky na kvalitu tisku a jsou pod patentovou ochranou. Provoz nového tiskového stroje Gallus Smartfire je úsporný i z hlediska redukce makulatury. Tiskový stroj Smartfire vstoupil na trh v konfiguraci s odvíjením, s tiskovou jed-

notkou pro tisk barev CMYK, a navíc s možností in-line polamování a semirotačního vysekávání, odvinem mřížky, a samozřejmě také s navíjením hotové produkce.

Předinstalovaný hardware a software kompletně zabezpečuje digitální frontend, který využívá HMI/Caldera Grand RIP. Tiskový stroj je vybaven hardwarově i softwarově náročným kontrolerem, který ovládá proces tisku a je schopen optimálně řídit vstřikování milionů kapiček inkoustu za sekundu ze všech trysek na tiskové hlavě. Kontrolor spolehlivě podporuje vysokou rychlost tisku 18 m/min pomocí řízené komunikace mezi jednotlivými komponenty tiskové hlavy a systémem, který zajišťuje přísun inkoustu.

Ekologické řešení

Při pořizování nových tiskových technologií nabývají na důležitosti aspekty ekologie a ochrany životního a pracovního prostředí. Smartfire je i z tohoto pohledu vhodným řešením. Technologie aplikované na stroji Smartfire nevyžadují instalaci sušících modulů a chlazení, a tím ani dodatečné náklady na energii. Nasazení stroje Smartfire se předpokládá v bezprašném a dobře větratelném prostředí, klimatizace se nevyžaduje. Jak je snadná instalace, tak je jednoduchá i údržba. Výrobce a dodavatel samozřejmě poskytují podporu a zajišťují potřebné náhradní díly, ale celý proces servisu je možné pojmout přístupem do-it-yourself.

Stroj se vyznačuje vskutku minimálním kompaktním půdorysem. Základní údaje z technické specifikace, které uvádíme v samostatné infografice, dokládají, že Gallus Smartfire je vhodným tiskovým strojem pro firmy, jež hodlají vstoupit do etiketového byznysu. Smartfire může také ideálně doplnit výrobní kapacitu v těch firmách, které již produkuje velké zakázky etiket, a na krátké zakázky jim nezbývá čas. Právě jim pomůže Smartfire rozšířit nabídku pro další zákazníky. Smartfire nabízí uživateli velmi efektivní zpracování ultrakrátkých zakázek, s nimiž bývají v ekonomice výrobců etiket největší potíže. ■

**GALLUS
SMARTFIRE:
NÍZKÉ INVESTIČNÍ
NÁKLADY, SNADNÁ
INSTALACE
I OBSLUHA, VÝJIMČNÁ
KVALITA,
RYCHLÁ ZMĚNA
FUNKCIONALITY
TISKOVÉ HLAVY,
ŽÁDNÉ VOC.**

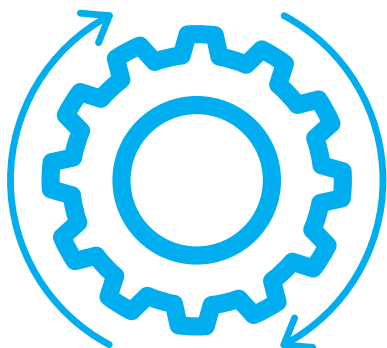
Podívejte se na video představující Gallus Smartfire.



Gallus Smartfire

Maximální produktivita

238 m²/hod.



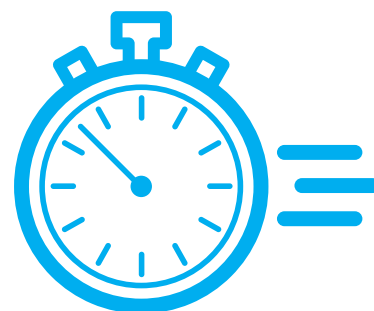
Rychlost

18 m/min

(Productivity Mode 1600×800 dpi)

9 m/min

(High Definition Mode 1600×1600 dpi)



Vysoké rozlišení

Výjimečná kvalita obrazu při rozlišení

1600 dpi

Tloušťka médií

0,1–0,3 mm



Ekologie

Nízká spotřeba, inkousty na bázi vody

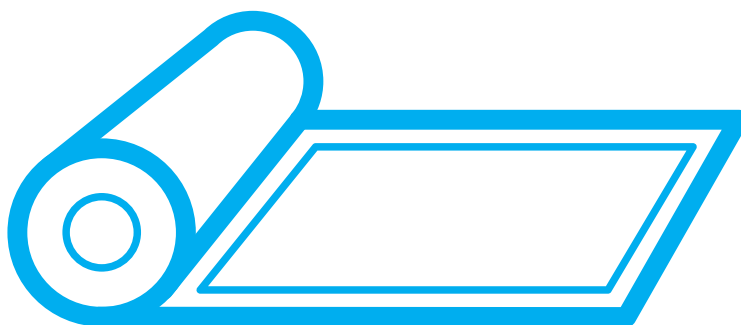
Šířka role

Maximální šířka role: **240 mm**

Maximální šířka tisku: **220 mm**

Minimální šířka role: **80 mm**

Maximální průměr role: **500 mm**



GALLUS SMARTFIRE: EXPERT NA ETIKETY

Níže vidíte typickou ukázkou produkce nového zařízení Gallus Smartfire. Jedná se o plnobarevnou samolepicí etiketu, která byla vyrobena v malých verzovaných sériích. Celkem šest různých motivů bylo rozmístěno a tištěno v produkčním pásu. Tato etiketa byla vyrobena na předem upravený substrát pro digitální tisk. Tištěna byla v malé sérii s výsekem, odvinem mřížky a návinem finálního produktu. Nový Gallus Smartfire je vhodný jako vstupní zařízení pro firmy, které s výrobou etiket teprve začínají nebo etikety produkují v malém, ale i pro průmyslové výrobce etiket jako plnohodnotné doplňkové zařízení pro malé nebo verzované zakázky. Inkjetové hlavy Memjet s rozlišením až 1600 dpi s použitím vodou ředitelných inkoustů zaručují naprostou přesnost a barevnou věrnost tisku. Již nyní snad můžeme prozradit, že pro letošní rok chystáme novinku – Gallus Smartfire s jednotkou pro úpravu substrátu pro digitální tisk (primer), která umožní používat i předem neupravené substráty.





STARÝ STROJ JAKO NOVÝ

Použité stroje mohou být výhodnou alternativou ke koupi stroje nového. Je třeba ale zaručit, že stroj bude kompletní, plně funkční, bude dodán včas a bez jakýchkoliv závad a v případě poruchy bude zajištěn servis a případně i náhradní díly. Heidelberg, jako největší světový obchodník s použitými stroji, vše výše uvedené garantuje. To byl důvod, proč se na Heidelberg spolehla také pražská TISKÁRNA DANIEL.

t

rh s tiskovými stroji se postupně vyvíjí a své místo v něm mají i ty použité. Nejvýnosnější je obchod s ofse-

tovými stroji, v čele s archovými, avšak poptávka po použitých strojích je hojná i v oblasti předtiskové přípravy a dokončovacího zpracování. Použité stroje mohou být vhodnou alternativou pro ty, jež chtějí čerpat výhody moderních technologií, bez kterých se neobejdou, ale finančně a bez pomoci dotací na ně reálně nemohou dosáhnout. Nákup použitého stroje rozhodně neznamena pokles úrovně či renomé tiskárny. Jde pouze o ekonomicky výhodnější pořízení nové technologie pro tiskárnu. Pro tu nákup použitého stroje znamená velkou úsporu, ale nákup i prodej použitých polygrafických strojů a zařízení není jednoduchá záležitost. Koupě s sebou může přinášet i některá rizika

a problémy, především co se týče aktuálního stavu stroje.

Možnost nákupu použitého stroje využila i TISKÁRNA DANIEL sídlící v pražských Petrovích, která se může chlubit svým více jak dvacetiletým působením v polygrafickém oboru, kdy se transformovala z malé „garážové“



tiskárny do dnešní středně velké ofsetové a digitální tiskárny. Téměř před rokem v tiskárně dospěli k rozhodnutí, že je zapotřebí učinit velké změny a po všech směrech zkvalitnit svou výrobu v oblasti ofsetového tisku, a rozhodli se pořídit si co nejlepší dostupnou technologii na trhu. Stávající ofsetový tiskový stroj už nestačil a bylo zapotřebí pořídit si nový. Jak ale tiskárna této velikosti dosáhne pouze s vlastními prostředky na ty nejefektivnější stroje pro ten nejlepší tisk? Tehdy začali zvažovat, zda si nepořídit už použitý tiskový stroj. V hledáčku tiskárny bylo několik společností a ve výběru zvítězil tiskový stroj Heidelberg.

Použitý pětibarvový Speedmaster XL 75 s disperzním lakem ve formátu B2 je umístěn v TISKÁRNĚ DANIEL už téměř jeden rok a jsou s ním nadmíru spokojeni. Využití zde nachází mimo jiné v oblasti merkantilních tiskovin, ale především u fotoknih, nebo třeba uměleckých katalogů pro galerie, a to v nižších nákladech, nejčastěji okolo 200 kusů, výjimečně nad 500 kusů. V tiskárně si zakládají na osobním přátelském a vstřícném přístupu ke klientům. Zadavatelé uměleckých publikací jsou do tiskárny zváni na náhledy a společně dotvářejí finální výsledek produktu. Tento typ úzké specializace tiskárny ➤

**„NAŠE ZKUŠENOST S POUŽITÝM
STROJEM HEIDELBERG NEJEN
NAPLNILA, ALE DALEKO PŘEDČILA
NAŠE OČEKÁVÁNÍ.“**

JAN KREJČÍK
OBCHODNÍ ŘEDITEL
TISKÁRNA DANIEL S. R. O.

TISKÁRNA DANIEL s. r. o.

TISKÁRNA DANIEL sídlí na Praze 10 v Petrovicích. Svou činnost započala už před dvaceti lety a proměnila se z malé „garážové“ tiskárny ve středně velkou tiskárnu, která nyní disponuje moderními ofsetovými a digitálními tiskovými technologiemi a technologiemi pro dokončovací a knihařské zpracování a ve výrobě je zcela soběstačná. Svou poctivou práci se snaží zrealizovat v co nejkratší době a v té nejvyšší možné kvalitě. Své klienty zve do tiskárny na exkurze a proslula svým vstřícným jednáním, ať už zákazníci požadují vytisknout vizitky či velké katalogy.

› vyžaduje věnovat zákazníkovi potřebný čas, aby dosáhl naprosté spokojenosti na obou dvou stranách, čímž se TISKÁRNA DANIEL odlišuje od větších, komerčních tiskáren. Na přímém kontaktu s klienty si nechávají opravdu záležet a pro klienty je návštěva výrobního úseku tiskárny nevšedním zážitkem. Proč si TISKÁRNA DANIEL zvolila za svého technologického partnera zrovna naši společnost Heidelberg? Obchodování s použitými stroji ve společnosti Heidelberg dělíme do tří skupin. Jedná se o výkup použitého stroje proti prodeji nového stroje, nebo prodej již dříve vykoupeného použitého stroje. Nově se často také setkáváme s případy, že se tiskárna stroje zbavuje, protože si chce snížit výrobní kapacitu, nebo dokonce vlivem generační výměny dochází k úplnému ukončení výroby. Stávající stroj, který bylo nutné v TISKÁRNĚ DANIEL vyměnit, jsme vykoupili, odstěhovali a vytvořili jsme cenovou nabídku na nový i použitý stroj. V TISKÁRNĚ DANIEL se rozhodli pro použitý stroj, který splňoval jejich požadavky a byl pro ně finančně výhodnější.

Není podstatné, o jakou značku vykupovaného stroje se jedná, vykoupíme prakticky cokoli a nabídneme vlastní stroje, které zahrnují kompletní servis. V minulých letech výzkumy ukazovaly na to, že nabídka použitých strojů převyšuje poptávku vlivem nástupu digitálního tisku. Dnešní stav na trhu s použitými stroji vykazuje rostoucí tendence. Dokonce poptávka mnohdy převyšuje samotnou nabídku. Poptávající tak musí

třeba i několik měsíců čekat, než se pro ně najde vhodný stroj, a během této čekací lhůty se často jejich požadavky mění. Podobná situace jako u nás je i v zahraničí. Poměrně věrně kopírujeme dění na trhu v oblasti použitých strojů v západní Evropě, srovnávat se můžeme s Německem nebo Rakouskem.

JAKÁKOLIV TISKÁRNA MŮŽE ZVAŽOVAT NÁKUP POUŽITÉHO STROJE. DŮLEŽITÉ JE, ABY STROJ SPLNIL POŽADAVKY NA RYCHLOST A VÝSLEDNOU KVALITU TISKU, A PŘITOM BYL FINANČNĚ VÝHODNÝ.

Výměna stroje v tiskárně představuje zásah do výroby, a proto je nutné mít správně nastavenou logistiku a timing. Nastává taková situace, kdy se vyměňuje stroj za stroj, instalace trvá zhruba deset dní, a po tuto dobu se produkce zastaví, s čímž musí logicky tiskárna dopředu počítat. V případě TISKÁRNY DANIEL tomu tak nebylo. Produkci pojmuly jiné tiskové stroje umístěné v tiskárně, a tak došlo k nerušenému toku výroby zakázek i během instalace nového použitého stroje.

Od staronového stroje TISKÁRNA DANIEL očekávala úsporu času a vysokou kvalitu. „Vybrali jsme si společnost Heidelberg, protože nám dokázali zaručit, že i použitý stroj bude fungovat jako nový,“ tvrdí obchodní ředitel TISKÁRNY DANIEL, Jan Krejčík. „Původně jsme nechtěli přecházet k jiné značce, ale vstřícné jednání ze strany zástupců firmy Heidelberg nás přesvědčilo. Míle nás překvapilo, že jsme se o spoustu věcí nemuseli vůbec starat.“ Ve společnosti Heidelberg klademe důraz na osobní přístup a spolehlivý servis v počátcích zavedení stroje do výrobního procesu, kdy dochází k tzv. počátečním neboli porodním bolestem. Majitel nového použitého stroje musí počítat s určitými prvotními problémy, jelikož se jedná o produkt, který už má něco za sebou. Stroj prochází nejen procesem demontáže a montáže, ale také stěhováním, kdy dochází k transportu k zákazníkovi a může dojít k otřesům apod., které mohou zapříčinit lehké závady, jež jsou rozpoznány až po instalaci a rozběhnutí stroje. Není problém se domluvit při nákupu použitého stroje na další různé dlouhé garanci stroje.

Umístění staronového stroje předchází pečlivá kontrola a zkouška zařízení, v potaz se berou také podmínky, ze kterých použitý stroj pochází. Je posuzováno, kdo byl původní majitel stroje, kolik majitelů celkem bylo, jakým způsobem se strojem v předchozích provozech zacházeli, kolik má „najeto“ a jestli dostával potřebný servis a údržbu. Čím mladší stroj je, tím je to pochopitelně lepší, ale najdou se i výjimky. U strojů, jejichž stáří je v rozmezí jeden až tři roky, je riziko nízké. U strojů starších tří let je

třeba počítat s většími riziky, ale najdou se i takové technologie, které ukazují naprosto skvělý stav i po dvaceti letech jejich používání.

V případě TISKÁRNY DANIEL bylo nutné rozšířit výrobní plochu tiskárny o jednu halu pro umístění stroje. „I zde podala společnost Heidelberg pomocnou ruku s rozplánováním a přípravou samotné instalace“, podotknul Jan Krejčík. V této situaci bylo nutné vše připravit tak, jako by se instaloval úplně nový tiskový stroj, od zajištění správného zatížení stroje po vzduchotechniku.

A jak se staronový stroj v TISKÁRNĚ DANIEL osvědčil? Všechna očekávání se podle slov Jana Krejčíka tiskárně splnila na jedničku s hvězdičkou, protože dokonce jejich očekávání předčil. Rychlost a kvalita tisku nyní nabrala na obrátkách. Příprava tisku se snížila zhruba o polovinu podle toho, o jakou se jedná zakázku. Z původního třísměnného provozu se stal dvousměnný provoz. Tisk na stroji Heidelberg je maximálně automatizován. Stroj je plně propojen s osvitovou jednotkou CTP SCREEN s WORKFLOW EQUIOS PT-R prostřednictvím protokolu CIP 4 a má nastavený inpress control, tudíž pasování a vybarvování se provádí díky instalovaným kamerám. To všechno umožňuje obsluhu tiskového stroje věnovat ušetřený čas například pečlivé kontrole, což se nakonec odráží i ve výsledné kvalitě tisku. Kvalitu tisku také významně ovlivňuje velmi jemný hybridní rastr SPEKTA 2, což předešlo tiskový stroj nebyl schopen realizovat. Díky němu při tisku vynikne větší ostrost, prokreslenost a hloubka obrazu. ■



400 LET HISTORIE V JEDNOM OBALU

Milovníkům vín jistě nebude neznámé vinařství Oberhofer, jedno z nejstarších na světě, ležící v německém Severním Porýní-Vestfálsku, které nedávno oslavilo 400leté výročí a připravilo speciální sérii vína Rhodter Rosengarten s unikátním obalem.

Nejde o ledajaký jednorázový obal, ale spíše o trofej hodnou obdivu na vaší polici. Čtyři vrstvy prémiového kartonu s designem připodobňující vinici vám jen lehce poodkrývají skvost, který chrání uvnitř. Po otevření, nebo spíše rozvětvení obalu se vám odkryje lahev na dubovém podstavci evokující dubové sudy, ve kterých se víno skladuje. Spolu s lahví obal odkrývá také historii samotného vinařství.

Čtyři vrstvy kartonu mají svůj účel. Představují 4 prvky vinařství: vinnou révu, půdu, vodu a slunce. Zároveň každá vrstva odkazuje na jedno století existence vinice Oberhofer, kterou založil neznámý vinař už v době třicetileté války právě v Rhodterské růžové zahradě. A to už je pořádný příběh skrývajícím se v jednom jediném obalu. Pro znalce jde o opravdu jedinečný zážitek, protože lahví s tímto vínem ročníku 2016 bylo pouze 571 o objemu 0,375l. ■

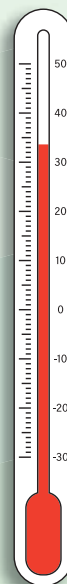


LEPENÁ VAZBA V2

Tipy a nápady pro dobrou lepenou vazbu.

Není vždy jednoduché a bývá často problematické vyrábět dobrou lepenou vazbu v měkkých deskách známou pod označením V2. Problém je, že lepidlo ve hřbetu po otevření vazby neudrží dostatečně první a poslední stránky knižního bloku. A nahoře navíc ze hřbetu ještě vytéká lepidlo, což není vůbec pěkný pohled. Tyto problémy nastávají z různých příčin – od fyzikálních vlastností papíru a lepidla, až po nevhodnou kombinaci materiálů, nebo také díky chybám ve výrobě. Přesto existují řešení a ta nejdůležitější z nich jsou popsána na dalších řádcích.

TIPS & TRICKS



SYMETRICKÉ NAKLÁDÁNÍ

Nakládání do frézovací stanice musí být rovnoměrné, aby se zabránilo deformaci nebo zpracování pouze jedné strany knižního bloku. Při zpracování falcovaných složek bývá hřbetní hrana vyšší a tomu je třeba přizpůsobit přední i zadní vodící lišty. Jen díky tomu zajistíme rovnoměrné naložení bloku do frézovací jednotky. Zkušenost nás také učí, že by část knižního bloku přesahující kleště měla být menší než 9 mm.

SPRÁVNÉ NASTAVENÍ

Základní nastavení horních a kolmých fréz ve frézovací jednotce, stejně jako řezacích a srovnávacích nástrojů, musí odpovídat doporučení pro daný stroj. Např. pro maximální tloušťku bloku by měl být srovnávací řez přibližně 0,5 mm. Hloubka frézování by měla být v rozmezí 0,1 až 0,2 mm. Tak je zajištěno efektivní zdrsnění hrany papíru a dobrá přilnavost lepidla. Jemné frézování je zvláště důležité při lepení vazeb lepidlem PUR. Pokud hříbovitost vyžaduje místo toho hrubý nebo normální ořez, jsou ideální rozpaly mezi řezy v rozmezí 6 až 8 mm. Je také důležité nastavit kartáče tak, aby docházelo k efektivnímu odstranění prachu z odřezků. A neméně důležité jsou ostré a čisté frézy, které zabraňují nestejným řezům a odtrhům na zadní hraně bloku. To vše vede k nerovnoměrnému nánosu lepidla.

LEPENÍ HŘBETU A BOKŮ

S použitím všech hotmeltů je lepidlo vždy hustější uprostřed bloku, což způsobuje tzv. ramínkový efekt. Následně je lepidlo rozetřeno v nejtenčí vrstvě do kritické oblasti hran bloku. Řešením je řízeně napustit lepidlo do hloubky 0,1 mm (0,0039 palce), aby se trochu lepidla vtlačilo mezi jednotlivé stránky, což zajistí silnou přilnavost na hranách bloku. Úspěch tohoto řešení závisí na dvou faktorech – na správné teplotě lepidla a na optimálním nastavení na hřbetní lepicí jednotce. Aplikační teplota pro standardní hotmelty musí být nejméně 170 °C, nejlépe 175 °C (na horní hraně válce, kde je rozevřena čepel). Teplota postranního lepidla musí být mezi 170 °C až 180 °C a lepidlo by mělo být aplikováno ve vrstvě ne vyšší než 0,1 mm (0,0039 palce). Cílem hřbetního lepení je utěsnit hrany listu prvním válcem. Následující nastavení pro tavení lepidla dodá potřebný tlak, což může vyžadovat úpravy odvíjející se od jednotlivých aplikací:

1. lepicí váleček

otevření stěrky: 0,6 až 0,7 mm
vzdálenost od bloku v lepicím válečku: 0,5 mm

2. lepicí váleček

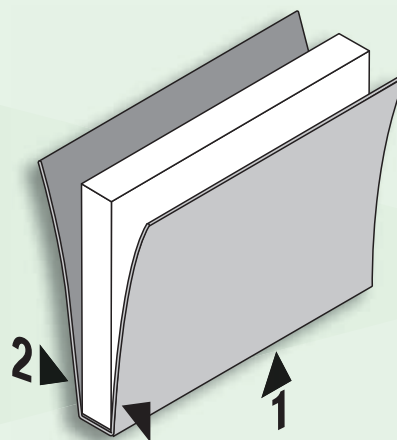
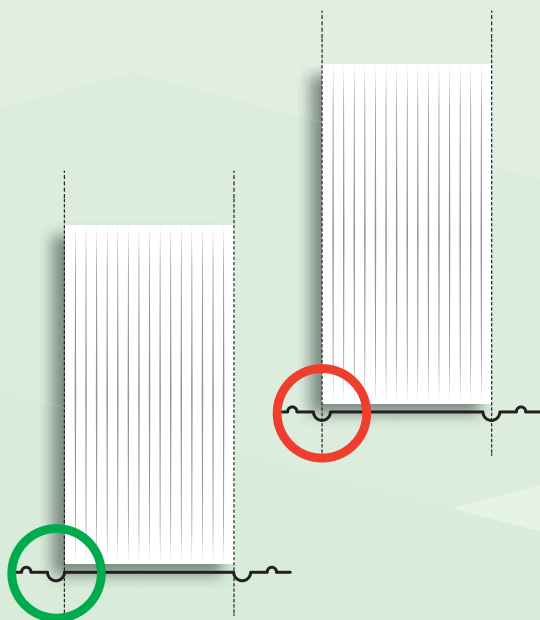
otevření stěrky: 2 až 3 mm
vzdálenost od bloku v lepicím válečku: 1,5 mm

boční lepicí kolečka

vzdálenost od bloku: 0,7 mm

DRÁŽKOVÁNÍ

Aby se obálka dobře obeprnula kolem krajů bloku, musí být drážkování co nejostřejší, bez natržnutí papíru i potisku a bez odchlípnutí naneseného lamina. Klíčem je umístění drážek vůči knižnímu bloku. Speciálně u vysokých gramáží je výhodné a logické umístit vnitřní hrany drážek obálky blíž k přední a zadní hraně knižního bloku.



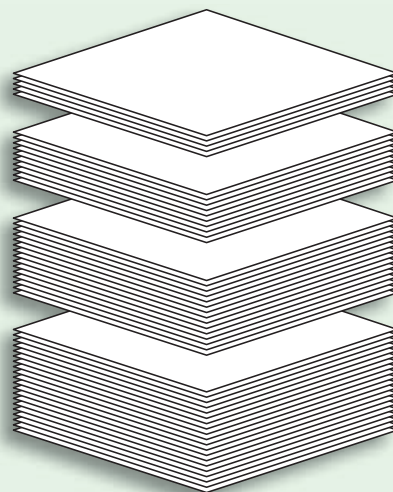
LISOVÁNÍ

Nejdůležitější je při lisování přesné načasování. Abychom zajistili ostré hrany obálky a všechny stránky vnitřního bloku byly dobře upevněny lepidlem ve hřbetu, musíme lisování aplikovat nejdříve zespodu (1) a až následně z boků (2). Na strojích Eurobind Pro to může obsluha ovlivnit díky nezávislým motorům. Běžně se stává, že první a poslední listy bloku jsou díky stranovému lisování vytlačeny spolu s obálkou vzhůru, a proto první lisovací stanice na Eurobind Pro nepoužívá boční lisovací ramena. Lepidlo má proto dostatek času ve hřbetu zatuhnout a až v další lisovací stanici dojde k plnému zalisování knižního bloku zespodu i ze stran.

SPRÁVNÁ SMĚS MATERIÁLŮ

Kombinování jednotlivých materiálů hraje klíčovou roli. Kombinace tenkého vnitřního papíru (60 g/m^2) s tlustou obálkou (350 g/m^2) spojená s balením do strečové fólie vždycky povede k problémům s prvními a posledními listy tak, jak jsme popsali výše. Musíme tedy brát v úvahu gramáž obálky, pružnost a volumen materiálu. Následuje několik rad pro optimální poměr mezi tloušťkou bloku a gramáží obálky:

- do 5 mm: $150\text{--}180 \text{ g/m}^2$
- 6–10 mm: $200\text{--}220 \text{ g/m}^2$
- 11–15 mm: $250\text{--}270 \text{ g/m}^2$
- více jak 15 mm: $300\text{--}350 \text{ g/m}^2$



STUDENTI POLYGRAFIE VYRAZILI DO HEIDELBERGU

České školství se potýká s mnoha problémy. Na rozdíl od vysokých škol je jedním z velkých problémů středních škol nejenom nedostatek financí na profesionální vybavení, ale chybí i větší propojenost s praxí. Rozhodli jsme se vybraným studentům umožnit prohlédnout si nejmodernější tiskové stroje a také zázemí výrobního závodu Heidelberg přímo ve Wieslochu.

S

tudenti byli vybráni ze škol SŠ Litegra (SŠ a MŠ Litoměřice) a Albrechtova SŠ z Českého Těšína. Součástí Albrechtovy školy je i Polygrafická škola, která má jak studijní polygrafický obor ukončený maturitou, tak i učební obor Tiskař. Litegra je prestižní částí litoměřické SŠ a MŠ a soustřeďuje se především na výchovu budoucích obalových designérů, grafiků, konstruktérů a technologů. Výběr studentů z těchto škol byl celkem logický, především díky oborovému zaměření na polygrafii a packaging.

Vzhledem k tomu, že Heidelberg je největším výrobcem polygrafických strojů na svě-

tě, je jasné, že by se studenti na svých školách s celým širokým portfoliem firmy určitě setkat nemohli. Rozhodli jsme se proto zprostředkovat pečlivě vybraným studentům exkurzi přímo do výrobního závodu ve Wieslochu. A jak výběr studentů probíhal? U českotěšínských budoucích polygrafů a tiskařů rozhodovalo umístění ve školní soutěži DUPLEX 2018. Do Heidelbergu jelo z Českého Těšína celkem šest studentů, kteří se umístili na prvních třech medailových místech ve školní odborné soutěži polygrafů a tiskařů. Tiskárna FINIDR, s. r. o. která je generálním partnerem Albrechtovy střední školy, zasponzorovala studentům tento výjezd, a tím se na celé akci významně podílela.

Litoměřičtí obaláři a grafici to měli v něčem těžší a v něčem naopak lehčí. I oni pochopitelně studují tisk, i když ne v takovém rozsahu jako polygrafové, ale vzhledem ke svému zaměření se o to více zajímají o zpracovatelské technologie týkající se přímo výroby obalů. A protože obor je od svého vzniku v Litoměřicích koncipován tak, aby studenti během celého svého studia přicházeli do styku s významnými výrobci a dodavateli na českém i evropském trhu, již před rokem nás škola kontaktovala ohledně možné spolupráce. Zhruba s dvouměsíční periodou vedl náš zástupce Jaroslav Nykl po dobu školního roku externí přednášky na téma Zpracovatelské stroje Heidelberg a výroba obalů. Posled-

ní přednáška byla ukončena testem a na základě výsledků byli vybráni (vlastně vybrány, protože nakonec patřily k nejlepším dívky) ti nejlepší.

Obě školy se s našimi kolegy setkaly až přímo pod impozantním hradem v Heidelbergu. A protože v pozdním odpoledni prvního dne se s návštěvou firmy nepočítalo, odborná akce začala kulturně, tedy návštěvou hradu, a později seznamovací večeří, která proběhla v nejstarší studentské hospodě v Heidelbergu. Žádoucí atmosféra tedy nechyběla. I přes chladnější, ale slunné počasí se celá akce zdařila a bezchybný průběh pečlivě naplánovaného workshopu pokračoval



i další den v našich výrobních a logistických halách.

Ofset, nebo digitál?

Horkým tématem je budoucnost a konkurenceschopnost konvenčních a digitálních technologií. V rámci pracovního setkání a zároveň odborné exkurze se mohli studenti přesvědčit o možnostech koexistence obou směrů (u konvenčních technologií včetně demo ukázky výroby ofsetové desky na výkonném CTP zařízení Suprasetter). Mladí designéři i polygrafové mohli na vlastní oči vidět možnosti výkonných strojů Speedmaster. Byly jim vysvětleny výhody, které zákazníkům díky konstrukci krátkého

barevníku přináší Speedmaster XL 75 s Anicolor 2. V současnosti k největším v této řadě patří Speedmaster XL 145 a XL 162, které jsou určeny především pro oblast packagingu.

Mladou generaci zajímal i vývoj v digitálních technologiích, kde máme co nabídnout. I když bohužel studenti nemohli z technických a časových důvodů vidět žádný stroj v chodu, přesto se rozproudila diskuze na toto téma. Především obaláře zaujal první produkční velkoformátový digitální stroj Primefire.

Zpracovatelské stroje zaujaly nejenom mladé obaláře

Zatímco českotěšínské polygrafové se ještě kochali výkony tiskových strojů, obaloví designéři zaměřili ke zpracovatelským strojům na výrobu obalů. A s nimi se cítili doslova jako doma. Se všemi soudobými technologiemi, včetně trendů, byla děvčata seznámena v rámci externích přednášek a vzhledem ke svým excelentním výsledkům ze závěrečného testu si ve výrobě mohla porovnat teoretické a praktické znalosti. Na hale mohly studentky obdivovat sofistikovanou konstrukci výsekových automatů Easymatrix a Promatrix. Nabízená žhavá novinka Powermatrix, která dokáže zpracovávat délky až 1,8 m, bohužel na hale nebyla. Zájem vzbudily i další opce strojů, především možnosti ultra přesné a jemné ražby. V oblasti zpracování patří ke konstrukčně nejnáročnějším strojům

lepičky. I když se nyní lepičky Diana vyrábějí pouze na Slovensku v závodě společnosti MK Masterwork, se kterou dlouhodobě spolupracujeme v oblasti packagingu, sofistikované konstrukce lepiček byly k vidění i ve zdejší hale.

Oceňujeme velký zájem studentů o obor, což bylo demonstrováno i častými fundovanými dotazy. Pro jejich následovníky z dalších ročníků je určitě dobrou zprávou, že hodláme se školstvím spolupracovat i v budoucnosti. Již příští rok by mohla být připravena a následně zrealizována další podobná forma spolupráce, která by studentům opět o něco rozšířila praktické obzory. ■

AKCE

ZÁŘÍ

- 26. 9. 1/3 workshop Heidelberg (Praha)**
Jak efektivně vyrábět a co pro to udělat?
- 10. 9. Marketing Mix Brno**
Veletř marketingu a reklamy
- 13. 9. Marketing Mix Praha**
Veletř marketingu a reklamy
- 23. 9. Label Day, PMC (Wiesloch)**
Technologie a postupy pro výrobu etiket na archovém ofsetovém stroji
- 24.–26. 9. FachPack 2019 (Norimberk)**
Evropský veletrh pro obaly, zpracování a technologie
- 24.–27. 9. LABELEXPO EUROPE 2019 (Brusel)**
Veletř pro etikety, dekorační výrobky a tisk

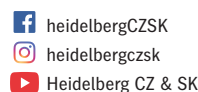
ŘÍJEN

- 24. 10. 2/3 workshop, Heidelberg (Praha)**
Jak efektivně vyrábět a co pro to udělat?
- 8.–10. 10. Xfair (Videň)**
Interaktivní veletrh se zaměřením na dema firem a studentské projekty
- 11.–12. 10. 29. Podzimní knižní veletrh (Havlíčkův Brod)**
Tradiční český knižní veletrh
- 16.–20. 10. Frankfurtský knižní veletrh (Frankfurt)**
Největší knižní veletrh na světě

LISTOPAD

- 21. 11. 3/3 Workshop Heidelberg (Praha)**
Jak efektivně vyrábět a co pro to udělat?
- 12.–14. 11. InPrint (Mnichov)**
Mezinárodní výstava pro tiskové technologie pro průmyslovou výrobu
- 20.–21. 11. IDTechEx (California)**
Spojení vznikajících technologií s globálními značkami
- 20.–22. 11. InPrint (Milano)**
Mezinárodní výstava tiskových technologií pro průmyslovou výrobu

Další zajímavé akce a mnohem víc najdete na našich sociálních sítích





Stroje a zařízení

Hardware upgrade. Vylepšete svůj stroj!



I malé doplnění výbavy Vašeho stroje může zásadně ovlivnit Vaši produktivitu, efektivitu a výkon. Pomůžeme Vám vyladit a doplnit Váš stroj – ať se jedná o filtraci vlhčení, odsávání barevné mlhy, automatické nastřelování papírků, spektrální měření barevnosti, či další z řady doplňkového vybavení.

Spolehněte se na silného partnera.



HEIDELBERG

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

