



ŠLI JSME CESTOU VÝBĚRU TOHO NEJLEPŠÍHO

MARCEL NEZBEDA,
TYPODESIGN S. R. O.

FLEX ON S TISKOVÝMI STROJI GALLUS

S MARTINEM CHALUŠEM,
FLEX ON SPOL. S R. O.

ŘIĎTE PROCESY V TISKÁRNĚ EFEKTIVNĚ!

PRINECT JAKO NÁSTROJ OPTIMALIZACE

MH

MAGAZÍN HEIDELBERG

Vydáván od roku 2000

Vydání č. 61

HEIDELBERG



7

Firmy se snaží optimalizovat firemní procesy. Systém Prinect jim pomůže optimalizovat chytře. Přečtěte si jak.

16

S Marcelem Nezbedou ze společnosti Typodesign s. r. o. jsme si popovídali o začátcích společnosti i o tom, jak hodnotí českou polygrafii dnes a co ho nabíjí ve volném čase.



40

Stroje Gallus mají v tiskárně Flex ON spol. s r. o. svou tradici.

Nově si pořídili stroj Gallus TCS 250, který je ideální pro graficky náročné etikety a vhodně doplňuje strojový park.

10

Jaroslav Švejda ze společnosti Heidelberg Praha spol. s r. o. se s námi pobavil o změnách polygrafické výroby a proč by firmy neměly otálet s implementací vhodného ERP/MIS.



2.2019

OBSAH 61

ROZHOVOR

- 10 Řídit firmu jako auto**
Rozhovor s Jaroslavem Švejdou, obchodním ředitelem Heidelberg Praha spol. s r. o.
- 16 Šli jsme cestou výběru toho nejlepšího**
Rozhovor s Marcelem Nezbedou, jednatelem společnosti Typodesign s. r. o.
- 30 Tlačiareň na východ od raja**
Rozhovor s Rastislavom Hrudálom, majiteľom spoločnosti Print4U, s. r. o.

TRENDY & TRH

- 6 Crowdfunding otvára dvere kreativcům**
Jedinečný způsob, jak získat peníze na zajímavé projekty, produkty, nebo i firmy.
- 26 Modelem Subscription v praxi**
O své zkušenosti se podělila rakouská tiskárna Universitätsdruckerei Klampfer GmbH.
- 28 Předání firmy: Výzva i potíž**
Co obnáší předání firmy a jak se na to připravit?
- 44 Jak si vede polygrafie v Německu?**
Statistika polygrafického vývoje v Německu, ze které můžete vyčíst trendy pro český trh.

TECHNOLOGIE

- 7 Řiďte procesy v tiskárně efektivně!**
Jak se dá celá polygrafická výroba optimalizovat pomocí systému Prinect.
- 46 Univerzálny stroj, ktorý boduje na Slovensku**
Tri slovenské inštalácie Speedmaster CX 75.
- 48 Tisk variabilních dat pro začátečníky**
Jak přesně funguje tisk variabilních dat?

OBALY & ETIKETY

- 13 Za etiketami na Labelexpo do Bruselu**
Reportáž z mezinárodního veletrhu.
- 40 Flex ON s tiskovými stroji Gallus**
Nejnovějším přírůstkem ve společnosti Flex ON, spol. s r. o. je Gallus TCS 250.
- 50 Výroba farmaceutických obalů**
Aktuální trendy ve společnosti Rondo obaly s. r. o. sídlící v Ejovicích.
- 55 Edison snil o světluškách**
Co mají společného Edison a světlušky?

ZAJÍMAVOSTI

- 4 Spojení rodinných firem**
GZ Media, a. s. a PBtisk a. s. spojily své síly.
- 12 Ve zkratce**
Krátké zprávy ze světa polygrafie.
- 24 Heidelberg na drupě 2020**
Co vše chystá Heidelberg pro veletrh drupa?
- 38 Dětské knihy – přetrvávající fenomén**
Jediný literární žánr, který nabízí tak obrovskou pestrost ve zpracování.
- 45 První instalace digitálního tiskového stroje Versafire EV**
Reportáž z tiskárny TNM PRINT s. r. o.
- 56 Heidelberg na síti**
I Heidelberg komunikuje na sociálních sítích.
- 58 Akce**
Akce, které stojí v blízké době za návštěvu.

Magazín Heidelberg č. 61

Datum vydání: 10. 12. 2019

Vydavatel: Heidelberg Praha spol. s r. o.

Šafránkova 1243/3, 155 00 Praha 5

IČ: 40765580

e-mail: marketing.cz@heidelberg.com

Vydáváno v České republice, 2× ročně.

ISSN 1803-1722

MK ČR E 23824

Sociální sítě

 heidelbergCZSK

 heidelbergczsk

 Heidelberg CZ & SK



SPOJENÍ RODINNÝCH FIREM

Přestože období komunismu v Čechách přerušilo řadu linií v rodinných firmách a po revoluci vznikaly podniky nové, ve kterých se teprve nové rodinné linie tvoří, zdá se, že firmy na základě rodinných vazeb jsou stále úspěšné. Příkladem mohou být dvě české rodinné společnosti, které nedávno spojily své síly. Jak je z fotky patrné, máme na mysli významnou polygrafickou společnost GZ Media a. s. pana Zdeňka Pelce, největšího producenta gramofonových desek na světě, a příbramskou společnost PBTisk a. s. pana Pavla Baštáře, přední českou tiskárnu specializující se na produkci knih se špičkovým dokončujícím zpracováním.

Společnost GZ Media získala majoritní podíl (67 %) akcií ve společnosti PBTisk. Spojení těchto polygrafických subjektů do-

sáhlo hodnoty přibližně 85 milionů Kč. Co se ale skrývá za touto hodnotou? Propojení samozřejmě přinese řadu zajímavých synergií na českém i zahraničním trhu. Jedním z prvních společných počínů byla technologická inovace v tiskárně PBTisk, kdy do tiskárny přibyl nový tiskový stroj Speedmaster XL 106-8 P s vysokým stupněm automatizace díky nástroji Push to Stop. Obě firmy mají své zavedené výrobní i prodejní postupy, ale také tradice, a především dlouholeté a různorodé zkušenosti. A právě to mohou být ty hodnoty, které ve spojitosti s rodinnými vazbami mohou vytvořit mnohem pevnější a úspěšnější celek, než se na první pohled může zdát. ■



Za GZ Media, a. s.:

- Zdeněk Pelc, zakladatel a majitel firmy (12),
- jeho synové Zdeněk (13) a Tomáš (3),
- generální ředitel Michal Štěrba (4).

• Za PBtisk a. s.:

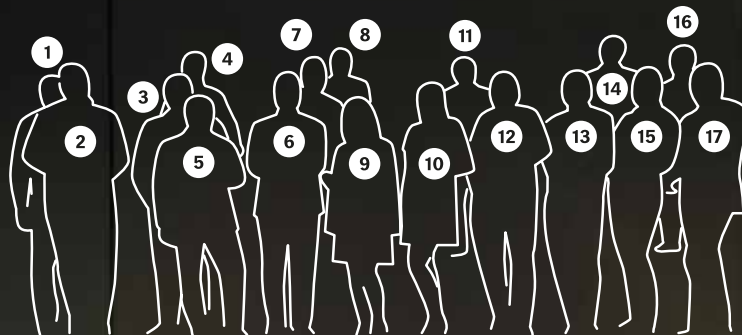
- Pavel Baštář, zakladatel a majitel firmy (14),
- jeho manželka Dana Baštářová (9) a dcera Radka (10),
- ředitel Jaroslav Škudrna (2),
- vedoucí tisku Luděk Lorenc (16).

Za Heidelberg Praha spol. s r. o.:

- Martin Prouza, jednatel (8),
- vedoucí obchodu Jaroslav Švejda (11),
- vedoucí servisu Jan Procházka (15),
- Jiří Košťál z marketingu (1).

Za Deutsche Leasing ČR, spol. s r. o.:

- Radan Havelka, jednatel (17),
- Jaroslav Ryšavý, prokurista (5),
- Key Account manažer Martin Volf (6),
- Filip Grygar (7).



CROWDFUNDING OTEVÍRÁ DVEŘE KREATIVCŮM

Českým ekvivalentem crowdfundingu je davové financování. Jedná se o jedinečný způsob, jak získat peníze na zajímavé projekty, produkty nebo třeba firmy.

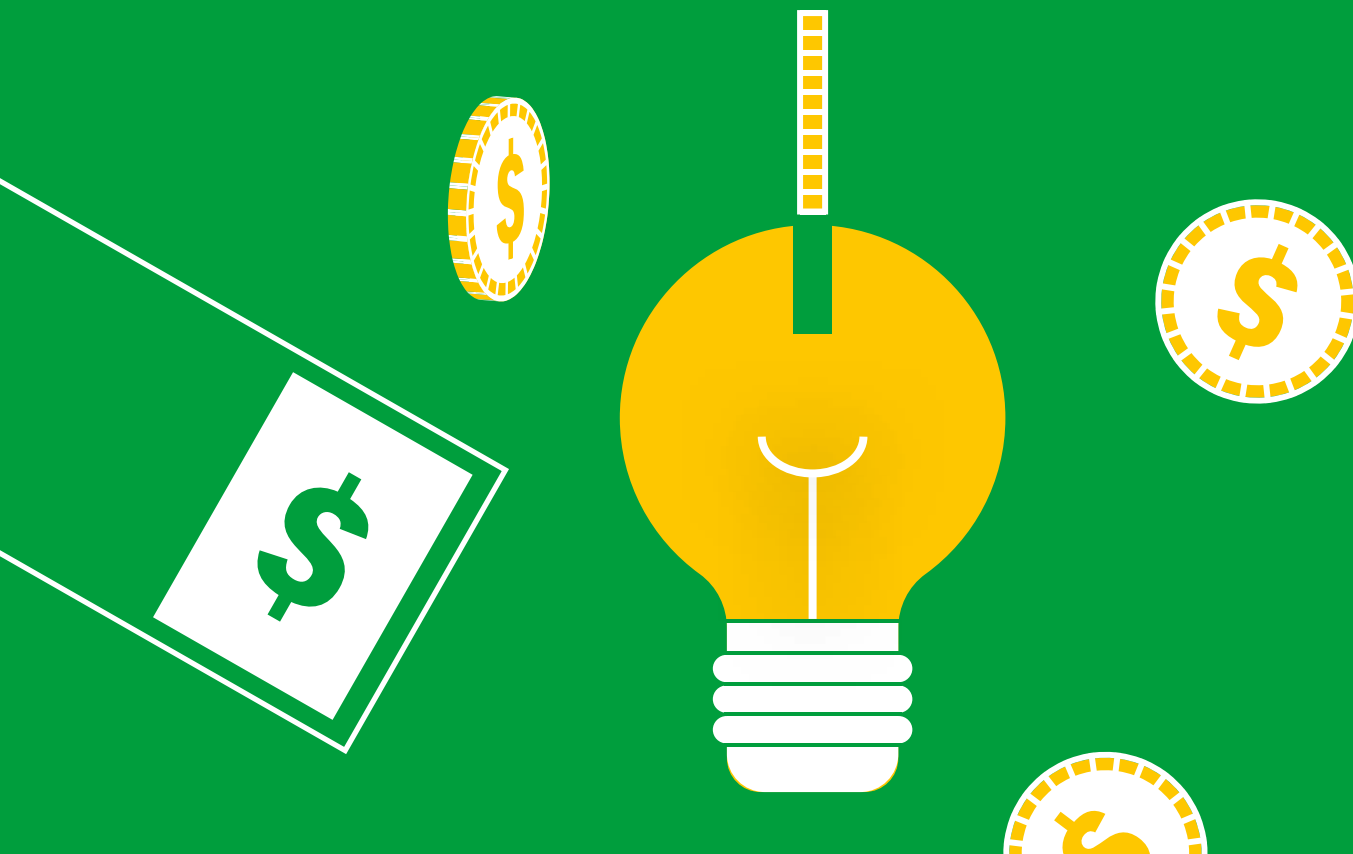
Máte nápad za milion, jenže právě ten milion vám chybí? Na čase je zkusit zvážit alternativní metody, jak se pustit do vlastního projektu. Atraktivní řešení nabízí crowdfunding.

Crowdfunding je založen na zveřejnění myšlenky projektu na crowdfundingovém portálu (kterých je ve světě i u nás hned několik) s cílem získat finanční prostředky od lidí, s nimiž by autor běžně nepřišel do styku. Autorem projektu může být kdokoli s kreativním nápadem. Samotný nápad ale k úspěchu nestačí. Autor musí vytvořit charakteristiku projektu, určit cílovou částku, kterou musí za předem stanovenou dobu vybrat, a připravit důmyslnou propagaci, kdy se nabízí např. webové stránky, blogy a sociální sítě. Autor by se měl připravit, že bude muset občas vystoupit ze své komfortní zony a někde třeba osobně vystoupit.

Formy crowdfundingu

Davové financování představuje několik typů, které lze rozlišovat podle odměny, kterou přispěvatelé za svůj příspěvek získají.

Celkem jsou čtyři. Benefiční crowdfunding (nebo také charitativní), který lze uplatnit na platformě Penězozdroj.cz a je nejčastěji využíván neziskovými organizacemi. Z podpory si přispěvatelé odnášejí většinou pouze dobrý pocit. Dalším je odměnový crowdfunding například na platformě Hithit.cz. Projekty financované touto formou bývají umělecké či jinak poutavé. Odtud můžeme znát v Čechách zatím nejúspěšnější projekt, unikátní barefoot konopné tenisky Bohempia, na které se podařilo vybrat bezmála 4 miliony korun, a svůj původní požadavek na cílovou částku, necelých půl milionu Kč, splnili na 808 %. Přispělo na ně celkem 1636 lidí. Velmi úspěšná byla také sbírka na proslulý projekt Trabantem napříč Tichomořím Dana Pribáně a jeho kolegů. Jinak funguje půjčkový crowdfunding například na portálu Zonky.cz, kde se lidé se svými příspěvky skládají na půjčku, a stávají se tak věřiteli projektu či společnosti. Posledním typem je podílový crowdfunding například na platformě Fundlift.cz, kde lidé za své příspěvky získávají podíl na vlastnictví společnosti či projektu. ■



ŘIĎTE PROCESY V TISKÁRNĚ EFEKTIVNĚ!

Situace v polygrafii není jednoduchá a do budoucna nebude lepší. Náklady zakázek se zmenšují, ale jejich počet roste. Rapidně také narostl počet zpracovávaných kalkulací a nabídek. Do toho vstupuje tlak na termíny, nedostatek kvalifikovaných lidí, jejichž mzdy setrvale rostou. Všechny firmy se snaží zavádět opatření vedoucí k vyšší efektivitě a dlouhodobé udržitelnosti. Heidelberg vedle automatizace strojů vidí největší potenciál v optimalizaci celé výroby pomocí systému Prinect.

d

enně hledáme v tiskárně odpověď na otázku: Jak dostat požadavkům na stále menší tiskové náklady při kratších výrobních termínech a zvyšujících se cenách vstupů? A to vše tváří v tvář snižujícím se prodejním cenám tiskovin. Nastává snad doba, kdy bude třeba radikální změna obchodního a výrobního modelu v tiskárně? Jaká má být a kde s ní začít?

Pokud bychom stavěli tiskárnu „na zelené louce“, vybavili bychom ji jistě nejmodernějšími stroji a řídicími systémy. Většina z nás ale potřebuje tiskárnu vnitřně změnit „za pochodu“, se stávajícím vybavením často od různých dodavatelů a z různého období technolo-

gického vývoje. Každodennost nás sice donutila založit si systém řízení zakázek, třeba postavený alespoň na tabulkovém procesoru, ale přesto nemáme zcela přehled. Řízení tiskárny tak spíš připomíná žonglování s množstvím míčků.

Heidelberg má mnohaleté zkušenosti s vývojem SW pro polygrafii a díky perfektní znalosti všech procesů je Prinect od počátku tvořen polygrafy a pro polygrafickou výrobu. Prinect Production Manager tedy komplexně propojuje celý výrobní proces se všemi jeho detaily – stávající strojní vybavení, řízení zakázek a firemní zvyklosti do jednoho systému, i když jsou některé jeho části od různých výrobců. Smyslem je celé polygrafické workflow optimalizovat z hlediska kvality a výkonnosti na šesti následujících úrovních.

1. Kontakt se zákazníkem

Co nejpřesněji zadání zakázky s minimem oprav a zákaznických dotazů pomáhá zefektivnění celého procesu. Zde můžeme nepřesnou komunikaci bez kontrolních mechanismů lehce přijít o celou obchodní marži.

2. Snížení počtu touchpointů

Touchpoint je místo ve výrobním workflow, kde se musíme zakázce věnovat, učinit nějaké rozhodnutí nebo s ní fyzicky manipulo-

vat. V takový moment vzniká riziko chyby a je přerušen plynulý tok zakázky, což způsobuje časové i materiální ztráty.

3. Maximalizace využitelnosti a produktivity

Nejčastějším zdrojem především časových ztrát je nedostatečná optimalizace v řazení výrobních zakázek a žádné řešení v oblasti využitelnosti výrobních prostředků. Nepřetržitá analytika toku výroby má vliv na výrobní cenu zakázky a zajištění šibeničních dodacích termínů.

4. Optimalizace materiálových nákladů

Materiální ztráty (makulatura, zmetky) při výrobě ▶



Chytrá produkce s workflow Prinect.

Zjednodušení procesů, zrychlení výroby, zvýšení marže.



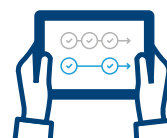
Chytrá tiskárna a systém Push to Stop

Plně automatizovaná chytrá výroba, kdy stroje samostatně organizují a produkují standardizované zakázky – to je polygrafie 21. století.



Zákazník na prvním místě

Kvalitní data, přehlednost výrobního workflow a automatizace umožňují výrazně zlepšit Vaše služby pro Vaše zákazníky.



Snížení počtu „touchpointů“

Redukce „touchpointů“, tedy míst ve výrobním řetězci, které nejsou automatizované a kde se musíme zakázce věnovat, otevírá prostor pro skokové zvýšení produktivity a kvality.



Zvýšení produktivity a vytíženosti strojů

Efektivní plánování a chytré řízení na základě spolehlivých produkčních dat umožňuje razantně zvýšit produktivitu strojů a Váš zisk.



Dnes
30 mil.
archů ročně.



Zítřka
60 mil.
archů ročně.

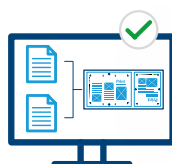
Snižte makulaturu i skladové zásoby

Optimalizace výroby a plánování snižuje makulaturu a zlepšuje skladové hospodářství.



Standardizace

Standardizace kvality a jasně definované optimalizované procesy zajišťují spolehlivost výroby a zjednodušují plánování.



Využívejte kapacitu strojů na
100 %
v plně integrovaném workflow.



Business Intelligence

Prinect zajišťuje sběr produkčních i jiných dat, a Vaše každodenní i strategické rozhodování dostává pevný základ.



› nebo finance ležící ve skladu jsou další brzdou a závažím, a v důsledku celou zakázku výrazně prodražují.

5. Stabilita a opakovatelnost výroby

V procesu výroby just-in-time je vždy třeba dodržet nejen stejnou barevnost a kvalitu při opakovaných zakázkách, ale poslat do výroby přesně stejné podklady a informace jako u předchozí stejné zakázky.

6. Poskytování manažerských informací

Pro zodpovědné a pravdivé řízení výrobních nákladů je nezbytné získávat a analyzovat zpětnou vazbu z výroby. Tzv. business intelligence nám pomáhá vylepšovat efektivitu celého workflow.

**PRINECT JE OD POČÁTKU TVOŘEN
POLYGRAFY PRO POLYGRAFICKOU
VÝROBU A KOMPLEXNĚ
PROPOJUJE CELÝ VÝROBNÍ
PROCES SE VŠEMI JEHO DETAILS.**

Jak s tím vším pomůže Prinect?

Prinect Production Manager je licencovaná sada modulů, z nichž není nutné ani potřebné všechny ihned používat. Jsou připraveny „v záloze“, pomáhají v rozvoji firmy a jsou k dispozici ihned v případě potřeby. Celý systém tedy roste spolu s firmou a okamžitě reaguje na nové potřeby. Základní verze softwarového balíčku je velmi bohatá a ve většině případů postačí pro jakoukoliv merkantilní tiskárnu. Heidelberg k tomu ještě nabízí několik specializovaných modulů pro specifická odvětví polygrafie, jako je packaging nebo tisk etiket, nebo pro budoucí vyšší až plnou automatizaci výroby zakázek.

Financování celé implementace Prinect Production Manageru je řešeno pronájmem dle objemu produkce – množstvím vysvícených metrů tiskových desek. Prinect Production Manager je tak vhodný i pro menší provozy, které platí méně, adekvátně své produkci. I menší uživatel má ale vždy k dispozici kompletní balík funkcí a záleží jen na něm, které využívá. Tento systém „pronájmu“ znamená jasně dané a predikovatelné náklady na základě produkce bez mimořádných investic např. do dodatečných SW, nebo jejich upgradů. Veškeré upgrady jsou automatické a v ceně. Zákazník tak má jednou pro vždy vyřešenou otázku softwaru. Ve století, kdy probíhá všeprostupující digitalizace a automatizace, se již neobejdeme bez technologicko-řídícího systému na té nejvyšší úrovni. Podnikání v polygrafii bude dávat věcný i ekonomický smysl pouze tehdy, pokud bude prostor pro růst produktivity a úspor. Toho lze dosáhnout pouze optimalizací procesů na bázi Průmyslu 4.0. Prinect ProductionManager je přesně tím vysoce profesionálním systémem, který nám pomůže takové výzvy zvládnout. ■

TRENDY & TRH

Tiskárna
Klampfert za
roční provoz
s modelem
Subscription
vykazuje
měsíčně
úsporu
248 hodin
provozního
času.

STRANA 26

Strana 6

Crowdfunding otevírá dveře
kreativcům.

Strana 28

Předání firmy: Výzva i potíže aneb
jak se na to připravit?

ŘÍDIT FIRMU JAKO AUTO

Zeptali jsme se Jaroslava Švejdy, obchodního ředitele Heidelberg Praha spol. s r. o., na to, jak dnes úspěšně řídit procesy v polygrafické firmě, co vše se změnilo v posledních letech v polygrafické výrobě a jak nám může pomoci ERP/MIS systém, jako je Prinect.

J

aké vidíte trendy v řízení zakázek na prahu dvacátých let 21. století?

Je všeobecně známo, že se zakázkové náklady snižují nebo člení na dodávky tzv. just-in-time. Je třeba vyrábět rychleji, přinejmenším ve stejné kvalitě, a ještě navíc levněji. Tyto tržní požadavky vedou k většímu množství menších zakázek, jejichž řízení je bez dobrého systému nemožné nebo přinejmenším velmi drahé, a proto nekonkurenceschopné. Také z těchto důvodů se stále více mluví o robotizaci, autonomii výrobních prostředků. Jsme účastníky nové průmyslové etapy, tzv. Průmyslu 4.0.

K jakým změnám došlo za posledních několik let v polygrafické výrobě z hlediska výrobků, zakázek a technologií?

S nástupem internetu před 25 lety se obchod a výroba začaly dramaticky proměňovat. Nejdříve k sobě měli blíž lidé, tedy zákazníci a obchodníci, ale v posledních letech se komunikace přesouvá i na výměnu informací mezi výrobními stroji a je výrazný nástup autonomního a tedy samostatného rozhodování strojů bez zásahu operátora.

Jaká je situace v tiskárnách z pohledu marží, časové náročnosti zpracování zakázek atp. Je situace dlouhodobě udržitelná?

Snížování cen z hlediska konkurenčního prostředí je jedna věc. Myslím si ale, že marže nám mizí také z jiných důvodů. Tlak na dodací termíny, velké množství malonákladových zakázek a velká pestrost především v procesu dokončování výrobků vedou k větší chybovosti a tím i k ekonomickým ztrátám. Nejen obchodník v tiskárně je pod tlakem, ale také tiskař, řezač, falcíř a samozřejmě expedice. Více jak polovinu výrobních nákladů tvoří administrace zakázek a každý okamžik, kdy výrobek někdo bere do ruky, celý proces prodražuje, zpomaluje a zvyšuje riziko chyb.

Vědí majitelé a top manažeři, co přesně se ve firmě/ve výrobě děje? Znájí náročnost zpracování zakázek, nákladovost, vytiženost strojů a lidí? Umějí správně kalkulovat?

Pro smysluplné a dlouhodobě udržitelné podnikání musíte mít přehled. Podobně jako v autě musíte vědět, jakou rychlostí právě jedete, který převodový stupeň máte zařazený nebo zda vám nedochází palivo. V každé firmě je třeba takových veličin sledovat mnohem více. A stejně jako v autě mám kontrolní a informační systémy, je třeba si je vybudovat také v tiskárně. Mnozí v polygrafii dosud spoléhají na své zkušené a zaslužilé pracovníky. Čas ale nestojí a požadavky trhu se mění a navyšují. A stejně jako se nedá zpochybnit nástup samoříditelných automobilů, nemůžeme zpochybnit nutnost automatizace tiskových provozů.

Jaké jsou v dnešní době důvody implementace odborných ERP/MIS systémů, jako je například Prinect?

Některé jsem již zmínil, ale hlavní je asi nezbytnost odbavit bezchybně a včas to veliké množství zákazníků, zakázek, a přesto všechno ještě vydělávat. Jinými slovy, mít řízení tiskárny a ekonomiku výroby v každém okamžiku pod kontrolou. Začíná to u nabídek a přes objednávky pokračuje do předpisové přípravy, plánování a optimalizace tiskové i knihařské fronty. Procesy ale nekončí u expedice, ale pokračují i do fakturace a zpětného hodnocení rentability zakázek.

Heidelberg je především výrobce tiskových technologií. Proč se angažuje i na poli ERP/MIS systémů?

Heidelberg díky své dokonalé znalosti technologií a procesů v tiskárně přichází i s nabídkou systému řízení. Stroje a řídicí systém spolu komunikují a informují manažery tiskáren o stavu výroby. Nenecháváme naše klienty na holičkách. Dokonce jim přes systém Business Intelligence nabízíme možnost porovnat

si svoji výkonnost s někým jiným. Podobně jako se srovnávají počítače pomocí benchmarků. Nesmíme ale zapomínat na to, že Prinect je velmi silný nástroj pro automatizaci procesů a minimalizaci „míst dotyku“ – tedy tzv. touchpointů, které celé výrobní workflow zpomalují.

Proč by měla tiskárna měnit svůj stávající systém řízení zakázek a výroby právě za Prinect?

Stejnou otázku jsme si v Heidelbergu položili také a zjistili, že není potřeba měnit, stačí jen do sebe zapojit. Samozřejmě že je Prinect plnohodnotný systém řízení tiskárny, ale skládá se z modulů. Ty jsou propojitelné nejen mezi sebou, ale i do jiných systémů. Obrovskou výhodou je pak technologická rovina řízení, tedy posílání dat do výrobních zařízení k jejich nastavení, řazení zakázek a k získávání zpětných vazeb o stavu výroby, měření efektivity a utilizace strojů (OEE) a mnohé další.

Jak umí Prinect spolupracovat s jinými stávajícími systémy řízení zakázek a výroby?

Je třeba zdůraznit, že Prinect je otevřený systém. Otevřenost umožňuje komunikaci nejen se systémy firmy vyvíjenými naší společností, ale také se systémy třetích stran. Sdílení dat mezi systémy musí podporovat nejen



komunikační, ale také specificky polygrafické standardy, jako jsou formáty JDF a JMF. Proto je možné pro produkční data poskytnutá jinými aplikacemi využít tzv. API – programátorskou knihovnu, s jejíž pomocí může Prinect předávat svá data k dalšímu zpracování.

Prinect je v nabídce společnosti Heidelberg už mnoho let. Je za poslední dobu v tomto ERP systému něco zásadně nového nebo jiného?

Vývoj Prinectu jde ruku v ruce s vývojem tiskových a knihařských technologií. A nejen to, Prinect reflektuje i nejmodernější požadavky na management polygrafických firem a neomezuje se pouze na řízení zakázkové výroby. Automatizace a op-

timalizace tiskové fronty, sdružování zakázek se společnými charakteristikami do jediného tisku nebo jednotné uživatelské rozhraní pro interní obsluhu stejně jako pro zákazníky, to jsou jen některé novinky z poslední doby. Mnohé z nich byly vyvinuty jako reakce na požadavky výroby i zadavatelů tisku. Prinect je k dispozici již dlouho, ale nikdy nebyl takový tlak na tiskárny, jaký je v poslední době. Kdo chce vydělávat, musí se uvnitř změ-

Více jak polovinu výrobních nákladů tvoří administrace zakázek a každý okamžik, kdy výrobek někdo bere do ruky, celý proces prodražuje, zpomaluje a zvyšuje riziko chyb.

nit. Digitalizace provozu je dle mého nezbytný krok.

Kolik je v našem regionu (ČR, SR, Polsko, Rakousko) funkčních implementací systému Prinect?

Celkem je ve středoevropském regionu funkčních 49 implementací Prinectu. Jedná se o tři možné kombinace systémů. Za prvé o kompletní řešení, kdy je výroba řízena Prinect MIS ve spojení s plnou technologickou integrací. Za druhé o kompletní řešení, kdy je výroba řízena jiným MIS systémem od třetích stran, ale za plné technologické integrace ze strany Heidelbergu. Třetí možností je čistě technologická integrace všech fází výrobního procesu od prepressu přes tiskový sál až do dokončujícího zpracování. ■

VE ZKRATCE

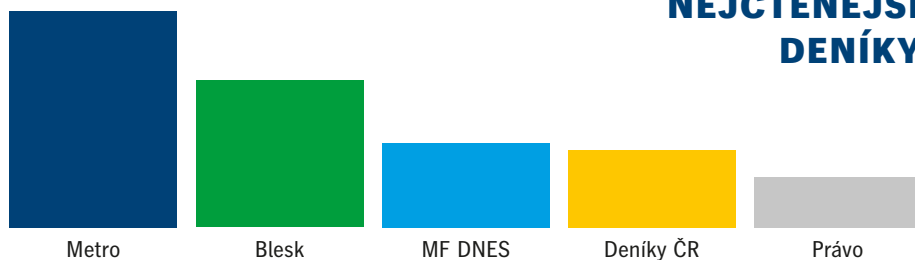
TIŠTĚNÁ PERIODIKA SE STÁLE ČTOU

Unie vydavatelů ČR zveřejnila pravidelnou zprávu o tiskových nákladech a čtenosti periodik na základě výzkumu agentur Median a STEM/Mark, který probíhal letos v létě. Je potěšující, že z výzkumu vyplývá, že tištěná periodika si i přes klesající tiskové náklady drží vysokou celkovou čtenost (79 % u časopisů a 67 % u deníků). Téměř 9 z 10 obyvatel ČR mezi 12–79 lety čte nějaké tiskové tituly. Nejvíce vzrostla čtenost (o 13 %) časopisů o bydlení. Mezi deníky si největší tiskový náklad udržuje zdarma distribuované Metro (286 tis.), následované deníkem Blesk (194 tis.), MF DNES (111 tis.), regionálními Deníky ČR (102 tis.) a deníkem Právo (67 tis.). Celkový tištěný náklad pěti nejčtenějších deníků byl v létě letošního roku cca 446 tisíc kusů, což znamená roční pokles o 2,5 %. Mezi časopisy nejvyšších tiskových nákladů dosahují zdarma distribuovaný 5plus2 (550 tis.), přílohy deníků – Blesk magazin TV (334 tis.), TV magazin (304 tis.) a Magazin Právo (284 tis.). Z volně prodáváných časopisů vedou TV programy, společenské časopisy – Rytmus života, Sedmička a Nedělní Blesk a zpravodajské týdeníky Téma, Reflex a Týden.

**9 z 10
OBYVATEL
ČR ČTE
TIŠTĚNÁ
PERIODIKA**



**NEJČTENĚJŠÍ
DENÍKY**



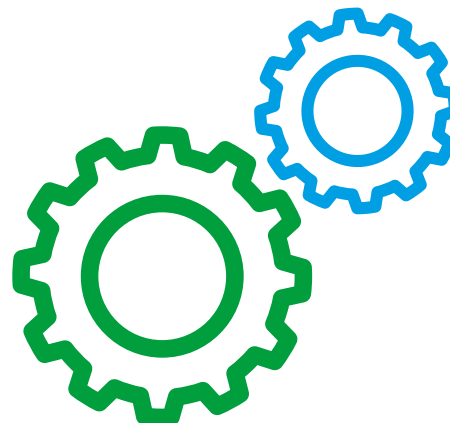
100. PRODANÝ GALLUS LABELMASTER

Na Labelexpo Europe 2019 jsme oslavili 100. objednávku flexotiskového stroje Gallus Labelmaster 440, který bude na jaře 2020 instalován ve francouzské tiskárně Interfas, která dosud spoléhala při produkci etiket pouze na ofsetový tisk. Gallus Labelmaster se stal od svého uvedení na trh před dvěma lety na Labelexpo Europe 2017 mimořádně oblíbeným strojem a se 100. prodaným strojem jde o nejlepší prodejní výsledky technologie Gallus. I v ČR si Labelmaster našel své příznivce. Prvními instalacemi se mohou pochlubit pražská tiskárna KRÁLÍČEK s. r. o., kolínské firmy OTK GROUP a. s. a Colognia press a. s.

JAK FIRMY AUTOMATIZUJÍ PROCESY?

Na veletrhu Fespa 2019 Ryan McAbee ze společnosti Keypoint Intelligence prezentoval zajímavý výzkum na téma automatizace procesů v evropských polygrafických firmách. Podle všeho firmy o automatizaci firemních procesů spíše mluví, než skutečně automatizují. Pouze 12 % firem má většinu procesů automatizovaných, a dokonce 2 % firem nemá

žádnou automatizaci procesů, a 45 % firem má alespoň nějaké procesy automatizované. Komerční tiskárny společně utratí ročně cca 50 tisíc eur za softwaru zvyšující stupeň automatizace. Pouze 17 % dotazovaných firem využívá web-to-print a 18 % používá softwaru pro kontrolu kvality. Až 56 % respondentů má prepress a RIPovací softwaru. Ryan McAbee zdůraznil, že je důležitá standardizace informací, a uvedl příklad s příjmem zakázek, kdy do firem plynou zakázky z různých kanálů a často v tom bývá zmatek, který vytváří prostor pro chyby a ztrátu času.



ZA ETIKETAMI NA LABELEXPO DO BRUSELU

Veletrh Labelexpo Europe 2019, který se ve dnech 24. až 27. září 2019 uskutečnil v Bruselu, zanechal výrazný otisk v oboru výroby etiket a potisku flexibilních obalových materiálů. Příležitost představit novinky návštěvníkům z celého světa nepromarnil žádný z významných výrobců strojů, zařízení a materiálů určených ke zpracování etiket a flexibilních obalů. Ani my jsme si nenechali ujít tuto příležitost a připravili jsme pro návštěvníky prezentaci Gallus strojů, technologií a softwarů.

Z

ásadním trendem, jak jej bylo možné vypořádat v expozicích špičkových výrobců, je prolínání hranic mezi klasickými, hybridními a digitálními stroji. Hybridní je nebo může být jakákoli konfigurace, pokud si ji zákazník přeje. Flexotiskové linky jsou doplněny inkjetovými nebo tonerovými tiskovými jednotkami a digitální stroje mají flexotiskové moduly. Do konfigurací mohou být in-line zapojeny jednotky a moduly zušlechťovacího a dokončovacího zpracování. Při saturaci nabídky v tiskových strojích se portfolio nabízených technologií pro výrobu etiket posunuje do oblasti finishinových a dokončujících zařízení.

Digitální transformace

Stroje a technologie na výrobu etiket jsou součástí digitální transformace celého

odvětví tisku a packagingu. Podíl digitálně tištěných etiket tvoří přibližně 15 % celkové hodnoty, ale jen 5 % z celkového objemu produkce. Určitý trend v posunu technologií uvnitř segmentu tisku etiket naznačuje také fakt, že z veletržní přehlídky vymizely flexotiskové stroje s centrálním cylindrem. Stejně jako před dvěma lety na Labelexpo 2017, tak i na veletrhu v roce 2019 zaujímaly ofsetové stroje jenom minoritní pozici. Mnohem častěji než na stejných výstavách v letech 2015 a 2017 byla v expozicích i v prostorech u stánků a v hloučkách návštěvníků slyšet čeština a slovenština. Trvalou součástí veletržního dění se stali zákazníci z Česka a Slovenska.

Přední světoví výrobci etiketových technologií se na Labelexpo předvedli v nejlepší světlo. Není divu, protože stále platí, že kdo chce ve světě etiket se svojí nabídkou uspět, nesmí na veletrhu Labelexpo chybět. Nechyběly tak kromě našeho stánku Gallus, také stánky značek HP, Mark Andy, Bobst, Avery Dennison, Omet, ABG, Nilpeter, Epson, Durst, Domino atd. Konkurence zkrátka nespí.

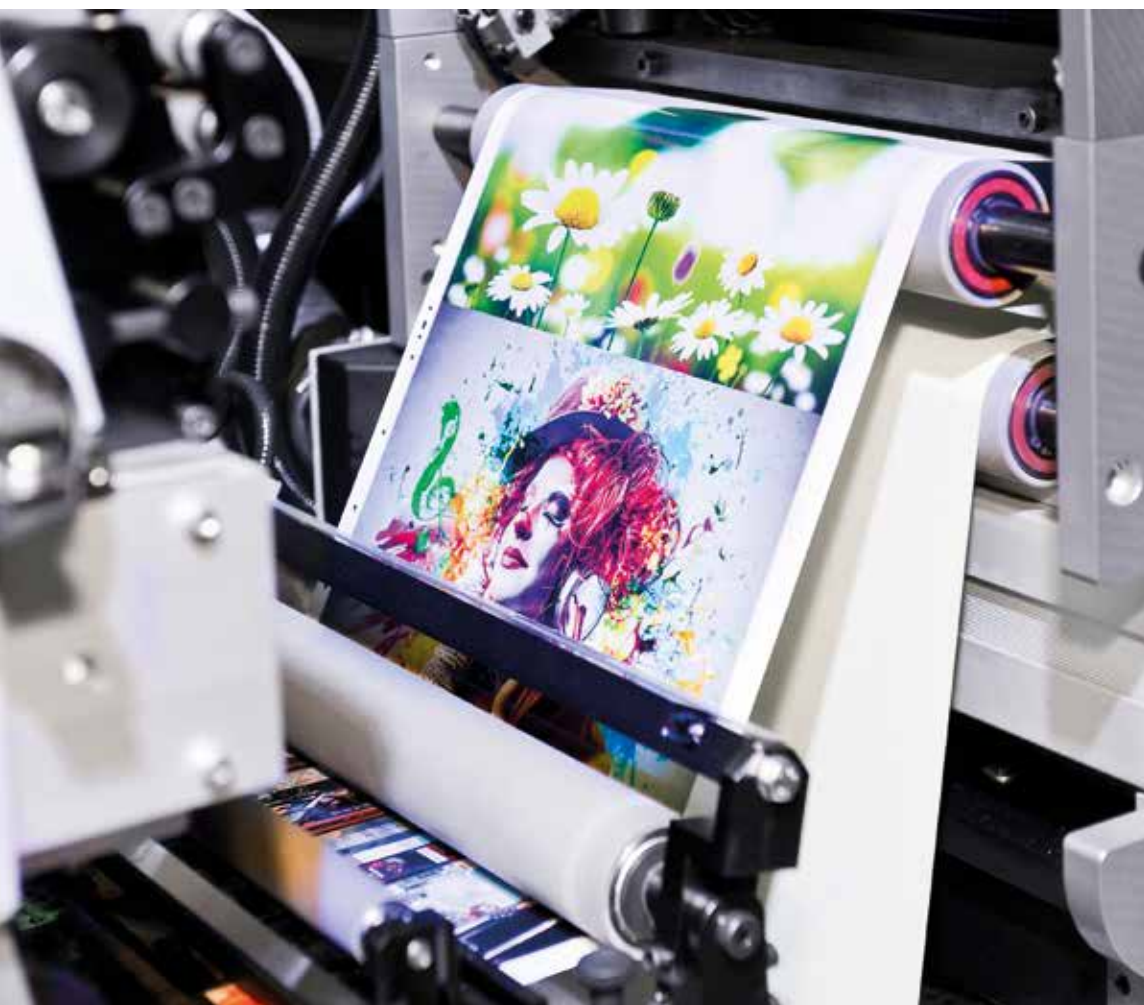
Poznatky z veletrhu potvrzují, že etikety jsou jedním z mála polygrafických a packagingových trhů, kde lze hovořit o jednoznačném růstu i do budoucna, což potvrzují i údaje, které na veletrhu zazněly. Trh s etiketami má v příštím roce dosáhnout globální hodnoty 37 mld. USD s meziročním růstem o 5,8 %.

V přepočtu na etikety jde až o 1,28 trilionů kusů etiket na formát A4. Růstový potenciál je samozřejmě odvislý také od legislativy a nejruznějších regulací. Obaly a etikety prodávají zboží. Ovšem rovněž v segmentu etiket se projevuje trend zmenšování a drobení zakázek. Trendem ve flexotiskových linkách je schopnost výrobců nakombinovat do konfigurace i další tiskové technologie. I my umožňujeme zákazníkovi flexibilně volit prakticky jakékoli smysluplné pořadí tiskových a zušlechťovacích jednotek. Náš stánek Gallus patřil na veletrhu k největším a byl, řečeno bez přehánění, v neustálém obležení návštěvníků, což nás upřímně těšilo.

Gallus Labelmaster

V oblasti primárně flexotiskových technologií jsme na stánku vystavili dva stroje Labelmaster, jeden ve standardním provedení, druhý ve verzi Advanced. Labelmaster byl poprvé představen v roce 2016 na Gallus Innovation Days. Na veletrhu Labelexpo Europe 2017 pak

**STROJE GALLUS LABELMASTER,
LABELMASTER ADVANCED,
LABELFIRE A SMARTFIRE BYLY
NA VELETRHU LABELEXPO
DOSLOVA NEUSTÁLE V OBLEŽENÍ
NÁVŠTĚVNÍKŮ.**



Na našem stánku jsme návštěvníkům prezentovali 2 flexotiskové stroje Labelmaster, přičemž jeden byl představen v nejvyšší řadě 440 Advanced. Návštěvníci si také mohli prohlédnout novinku Digital Printbar pro inkjetový tisk bílé. Dále na stánku nechyběly digitální stroje Labelfire s modulem DEU ani technologie Smartfire pro digitální tisk malých sérií nenáročných etiket.



byla vystavena nejvyšší řada Labelmaster 440 Advanced. Oba stroje Labelmaster byly představeny se zajímavými inovacemi. Vystavení obou strojů má své opodstatnění. Od uvedení stroje Labelmaster na trh se tento typ stal vlajkovou lodí. Po světě se těchto strojů v obou verzích dohromady prodalo více než sto.

Oba stroje vycházejí z dlouhodobě ověřené platformy technologií Gallus. V rámci portfolia nabízených strojů se modely Labelmaster a Labelmaster Advanced řadí do skupiny klasických strojů. Labelmaster je zaměřen na produktivitu, Labelmaster Advanced na přidanou hodnotu. Předností stroje Labelmaster ve standardním provedení s orientací plně na flexotiskovou technologii je rychlá výměna zakázek. Labelmaster ve verzi Advanced má vyšší úroveň vybavy, jeho předností je orientace na špičkový segment trhu, který požaduje etikety s vyšší přidanou hodnotou. Stroj má jako jediný na trhu možnost aplikovat vysekávací jednotku v rámci linkové konfigurace na místo jakékoliv tiskové pozice, což umožňuje i výrobu složitě tvarovaných etiket.

Novinkou, kterou jsme představili na Labelexpo, je tzv. Digital Printbar, což je inkjetová tisková jednotka určená speciálně k digitálnímu tisku vysoce kryvé bílé barvy. Kvalita potisku může směle soutěžit se sítotiskem. Nová, v konfiguraci univerzálně přemístitelná jednotka Digital Printbar potiskuje substrát v šířce 430 mm. Digital Printbar byl nakonfigurován na stroji Gallus Labelmaster, avšak může být aplikován také na jiných systémech, především na strojích Gallus Labelfire nebo Gallus RCS 430. Další novinkou je jednotka Rotary Die-Cut Unit Quick. Jak název napovídá, jednotka rotačního vysekávání je určena k rychlé změně formátu. Návštěvníci našeho stánku viděli rychlou výměnu na stroji Labelmaster Advanced.

Labelfire a Smartfire

V oblasti digitálních technologií jsme vystavili dva stroje. Vlajkovou lodí v digitálních strojích Gallus je Labelfire s digitálním modulem Digital Embellishment Unit (DEU), který tvoří technologický základ stroje. Gallus Labelfire je dalším highlightem naší nabídky technologií. Tiskový stroj Gallus Labelfire je kromě funkcí centrální tiskové jednotky DEU plně připraven i pro práci s variabilními daty, je tedy vybaven technologií fVDP (fully variable data printing). Digitalizace a tisk variabilních dat se v podobě stroje Labelfire staly charakteristickým rysem výroby etiket.

Veletrh Labelexpo jsme využili k podrobnému informování návštěvníků z ČR a SR o tom, jak může digitalizace tisku a zpracování etiket prohloubit efektivitu produkce v jejich firmách. Během veletrhu náš tým předváděl využití opce fVDP ke změně na etiketách v průběhu tisku zakázky. Labelfire umožňuje, aby v proudu tisku zakázky byla každá etiketa trochu jiná, což nabízí uživatelům dříve netušené možnosti.

V souvislosti se strojem Gallus Labelfire má smysl hovořit o průmyslovém využití variabilního tisku (iVDP, industrial variable data printing). Stroj umožňuje efektivně vyrábět početné malé dávky etiket, které se liší například čárovým kódem, dalšími nejrůznějšími 2D kódy a personalizací, po níž je na trhu velká poptávka. Gallus Labelfire navíc nabízí konfigurace skutečně hybridních technologií, s jejichž pomocí může být digitální tisk nakombinován s flexotiskem, sítotiskem či ražbou.

V praxi má Gallus Labelfire výbornou zpětnou vazbu z instalace ve Vídni, kde byl ve firmě Insignis Etiketten Erzeugung

und Vertrieb nainstalován první Labelfire v regionu střední a východní Evropy. Provozovateli se s novým strojem podařilo proniknout i na trhy, na které by dříve nemohl ani pomyslet. Labelfire nainstalovaný v Insignis kromě digitálního tisku disponuje také dalšími zušlechťovacími technologiemi, které mu umožňují vyrobit během jednoho průchodu kompletní etiketu. Nejsou tedy potřebné off-line operace. Labelfire má s délkou 15 metrů navíc nízké nároky na výrobní plochu.

Čtvrtým strojem na našem stánku byl Smartfire. Jeho silnou stránkou je usnadnění vstupu do oboru tisku etiket. Kdo chce s výrobou etiket teprve začít, tomu stroj otevře dveře. Dalším vhodným polem pro uplatnění stroje Smartfire jsou zavedení výrobci etiket, kteří potřebují efektivní zařízení pro produkci malých sérií.

Zákazník je suverén

V oblasti digitálního tisku máme samozřejmě konkurenci, kterou pečlivě sledujeme. Nenechali jsme si proto ujít příležitost na veletrhu prohlédnout si novinky, které na svých stáncích naši konkurenti představili. Víme, že zákazník je suverén a náš tým jeho volbu vždy plně respektuje. Pokud by však klient dal například přednost výrobcům z Asie, musí počítat s otázkou kvality a servisu. V péči o zákazníka mají renomované značky náskok, mají operativně k dispozici náhradní díly, konzultace apod. Umíme zajistit ke strojům Gallus vysoce operativní dodávku náhradních dílů i eventuální rychlý příjezd technika. ■

Rozhovor s Marcelem Nezbedou, Typodesign s. r. o.

ŠLI JSME CESTOU VÝBĚRU TOHO NEJLEPŠÍHO

Moderní doba nám přináší spoustu nových možností a příležitostí, ale s tím současně i spojená rizika a hrozby. Dříve byl vaší konkurencí Franta z vedlejší vesnice, dnes je vaší konkurencí celý svět. Ale na druhou stranu je zase celý svět i potenciálním zákazníkem, což je super!



EXPEDICE

„Někde jsem četl, že
tiskárny jsou hned
po armádě největším
zpracovatelem
dat na světě.“

EXPEDICE
VÝDEJ
ZAKÁZEK

Vydali jsme se do českobudějovické tiskárny Typodesign s. r. o. v čele s Marcelem Nezbedou. Byl krásný, teplý a slunečný podzimní den. Příroda čarokrásně malovala všemi barvami – nádherná to paralela k tisku a polygrafii obecně. A přestože je to právě příroda, která je (byla a vždy bude) tím největším umělcem, mnohá polygrafická díla jí často úspěšně sekundují. Marcel Nezbeda o tom ví své, neboť jak sám říká, je kluk z vesnice, hodně orientován na přírodu. Do ní se vždy rád vrací, protože jej naplňuje, uklidňuje a inspiruje.

d

obry den, pane Nezbedo. Můžete vlastními slovy popsat tiskárnu Typodesign a její historii v kostce?

Typodesign je na trhu již téměř 30 let. Tiskárnu založil v roce 1991 pan Komenda a vznikla z podnikové tiskárny holdingu Motor Jikov, se sídlem v Kněžskodvorské ulici. Někdy v roce 1993 se tiskárna přestěhovala sem, na adresu Hany Kvapilové, do budovy, co původně sloužila propagačnímu podniku. Objekt je postaven v tehdejšímu stylu jednotlivých dílen, kde seděli malíři, truhláři, elektrikáři, aranžéři a tak dále. A s tím tak trochu neustále bojujeme, neboť to nebylo původně navrženo pro potřeby tiskárny. Jak s oblibou říkáme, tady u nás v Typodesignu má každý stroj svou vlastní kancelář.

Jaké byly začátky firmy v 90. letech a jak jste se do tiskárny dostal Vy?

Začínal jsem v pobočce v Táboře, kde jsem ji asi rok vedl. Pak jsme zjistili, že to tam nemá moc velký ekonomický význam, tak jsem se

přestěhoval do Českých Budějovic a začal dělat ve zdejší pobočce šéfa výroby. Do tiskárny tehdy vstoupil pan Steinbauer a začali jsme ji rozvíjet. Nakoupily se první větší tiskové stroje, nejprve dvoubarevka, poté čtyřbarevka. To byla stále zlatá devadesátá léta, kdy všechno kvetlo, poptávka byla, peníze byly, byl velký hlad po všem. Všichni chtěli tisknout, všichni chtěli vydělávat. Tehdy se neobchodovalo, jen se vypisovaly objednávky. Postupem času přišly další stroje: čtyřbarevky formátu B2, falcovačky Stahl, řezačky POLAR atd.

Takže jste v tiskárně začínal takzvaně od píky. Jaké jsou podle Vás, takto s odstupem, zásadní milníky v historii firmy?

Tak předně to byl samozřejmě vznik v roce 1991. Pak v již zmíněném roce 1993 stěhování do nových prostor a rozšiřování firmy. Další zlom představovalo nové milénium, konkrétně rok 2000, kdy se společnost přeměnila na s. r. o. Tehdy nás pan Komenda, mě, pana Steinbauera a paní Dvořákovou, přizval jako společníky. To už tiskárna jela na dvě směny a počet zaměstnanců se rozrostl na 50 lidí. Práce bylo hodně, jenže pak přišla krize. Ta se sice u nás projevila o něco později než u všech ostatních, zhruba v roce 2011, ale i tak to vedlo k nepříjemným událostem, především ke zredukování pracovního týmu. V té době však současně přišel i dost zásadní zlom, čemuž hodně „pomohla“ i ona krize. Zakázky šly rapidně dolů a my jsme si uvědomili, že je čas na změnu.

Zřejmě narážíte na zásadní změnu v polygrafii obecně, nástup digitalizace a s ní spojené tvrdé „kotrmelce“, které mnohé tiskárny už nerozdýchaly?

Ano, byl to paradox, ale právě ekonomická krize výrazně nakopla digitální tisk a tím i celý polygrafický trh zase trochu novým směrem. Došlo nám, že se musíme otevřít zcela novému trhu a novým technologiím, těm digitálním. Pak přišel rok 2016 a veletrh drupa a my pořídili digitální stroj ve formátu B2 a plně

automatickou falcovačku B1. Byla to pro nás vcelku logická cesta. Dnes je vše orientované na cenu a velkým tiskárnám se nedá v určitých segmentech konkurovat. Takže každá tiskárna si musela dobře rozmyslet, čemu se dál hodlá věnovat a v kterých segmentech je silná. My jsme nebyli výjimkou.

Pojďme se teď podívat na vaši produkci. V čem leží gró businessu tiskárny Typodesign a pro jaké klienty tisknete?

U nás je to především lepená brožura ve vazbě V2 a V1, a to do nákladu 5 000 kusů. To je náš stěžejní produkt. Samozřejmě ale brousíme i do nižších objemů zakázek – typicky knihy ve vazbě V8, v nákladech cca 500–1 000 kusů. Dále pokrýváme poptávky na výrobu samolepek, tiskopisů, brožur, letáků. Co se týče stavby našich klientů, máme záběr vcelku široký. Tiskneme pro firmy zabývající se rozesílkou direct mailingů, dále spolupracujeme

› s reklamními agenturami, tiskneme pro pivovary, automobilový průmysl, výrobní segment, stavební a strojírenské firmy, nemocnice z různých krajů, vysoké školy a samozřejmě nakladatele a vydavatele. Nejsme jen lokální firmou, ale tiskneme do celé republiky a máme i přesah do zahraničí. Například zmíněné letáky tiskneme hodně do severských zemí. Trochu nevýhoda pro nás je v tom, že jsme tady na jihu Čech, kde je průmysl slabý. Možná tak ještě cestovní ruch, ale těch výrobních a strojařských firem je tu minimum.

Jak vnímáte dodavatele tiskových technologií, konkrétně společnost Heidelberg? Jak došlo ke vzájemné spolupráci a jak se rozvíjela?

Jako většina tiskáren jsme i my začali podnikat na strojích Adast, které byly tehdy nejdostupnější. Nicméně nám postupně přestávaly vyhovovat jak po stránce rychlosti, tak i kvality. Tak jsme šli cestou výběru toho nejlepšího. Vše začalo „GéTéÖčkem“, které se nám nesmírně osvědčilo. Byla to poctivá německá strojařna. Neuvěřitelně výkonný stroj, navíc jednoduchý na obsluhu. To nás nakoplo k tomu, že budeme v tomto směru pokračovat, takže jsme pořídili první čtyřbarvový Heidelberg ve formátu B2 – Speedmaster. K tomu řezačku POLAR a falcovačky Stahl, a do dnešních dnů nám tady většina z těch starých strojů stále funguje. Byla to asi dost zásluha i Steinbauera, který měl k německým produktům hodně blízko. Miluje staré Mercedesy, což byl pro něj symbol německé kvality, arazil tedy od začátku tuto cestu i v případě tiskových strojů. A ono se nám to osvědčilo, protože do dneška nám veškeré opravy a servis tvoří minimální náklady.

Co tu tedy všechno máte za technologie od Heidelbergu, respektive tiskové i dokončovací zařízení?

Máme tu dva pětibarvové Heidelbergy Speedmaster formátu B2. Také dokončování je v podstatě kompletně vybaveno Heidelbergem. Dvojice řezaček, respektive celá řezací centra POLAR ve formátu 115 a 92. Potom tu máme šičku V1 Stitchmaster ST 300, dále dvě B2 falcovačky Stahlfolder Ti 52 a Fi 52 a pak plně automatickou B1 falcu Stahlfolder KH 82 s křížovým lomem. No a aby toho nebylo málo, tak i celá předtisková příprava je u nás od firmy Heidelberg – montážní software, RIP a CtP Suprasetter.

Pojďme se podívat na současné trendy. Jak vnímáte dnes všude skloňovanou automatizaci?

Automatizace je určitě silné téma, které se ani nám nevyhlo. Začali jsme s automatickými procesy především v rámci předtiskové přípravy, kde jsme šli cestou řešení, které nám celý proces zjednoduší a zrychlí. Denně zpracováváme spoustu různých zakázek, což je náročné jak na personál, tak je současně právě zde vysoká chybovost. V první fázi jsme tedy zapojili do našeho prepresu plně automatizovaný software na kontrolu, dále automatické softwary na archivovou montáž. Vše samozřejmě nelze řešit automatizací, ale i tak nám to ušetří denně obrovské množství práce a lidí. Celou předtiskovou přípravu tu teď mají na starost dva ›





„Jsem hodně orientovaný
na přírodu, což je element,
který vás vždycky zklidní
a vrátí zase na zem.“

► lidé. Druhou fází pak bylo pořízení plně automatických dokončovacích strojů, což je příklad třeba nové falcovačky Heidelberg. Takže za mě určitě automatizovat, automatizovat a automatizovat, kde to jen jde.

A co další trendy? Digitalizaci už jsme průběžně natukli několikrát. Co třeba populární personalizace?

Co si budeme povídat, nikdo nechce dvě stejné věci, dnes je cílem odlišit se. On k tomu trh směřuje a je na to kladen stále větší tlak. Hodně je to vidět právě u tiskáren a výrobců, kteří dělají sice stejný produkt, ale s mnoha různými obaly. Zkrátka aby měl zákazník pocit, že si může vybrat z mnoha různých druhů. Svět se nám ubírá směrem k unikátnosti. Emoce, která oslovuje jednoho konkrétního člověka. Potíž je v tom, že personalizace spolu s automatizací často nejde moc dohromady.

Jací jsou dnes zákazníci v polygrafii?

Nároční! Neustále roste tlak na termíny i na ceny. V polygrafii je obrovská konkurence a není snadné na trhu uspět a vydělat. Každý na to jde po svém, někde se snaží dělat všechno možné, jinde jdou cestou specializace. Ostatně, to je také trend, příklon ke specializaci. A nemusí to nutně znamenat úzkou specializaci na jeden určitý segment. Nikdo nemůže dělat všechno, každý by si měl najít tu oblast, v které je silný a kterou umí dobře.

Jak se díváte na dnešní nastupující generaci? Často diskutované i kontroverzní téma: Mileniálové a generace Z?

Když se budeme pohybovat stále v rámci polygrafie, tak si myslím, že pro mladé dnes už

není moc atraktivní pracovat někde v tiskárně. Atraktivní pro ně je třeba být grafikem a sedět u počítače, nikoliv stát u tiskárny a dělat rukama. Každá generace má svou metu a současní mladí mají bohužel hlavní metu „být on-line“. Ale to je dáno dobou, technologiemi a tím, jak se celý svět zrychluje a zmenšuje, což je dobře i špatně. Na jedné straně mají mladí dnes obrovské možnosti, mohou cestovat, učit se jazyky a studovat v cizině. I tady u nás v tiskárně má několik kolegů děti na studiích v cizině, což je super. To za mého mládí bylo absolutně nemyslitelné. Na druhou stranu, velké problémy jsou v sociálních vazbách, které prostě chybí nebo jsou hodně osekány. Mladá generace tráví spoustu času na síti, v jakési virtuální bublině, a reálný svět „tam venku“ jde často mimo ně.

„Nikdo nemůže dělat všechno a skvěle. Každý by si měl najít tu oblast, v které je silný a kterou umí dobře. Ale také mu to musí takzvaně sednout. To je důležité!“

Je to tak, svět on-line a moderní technologie jsou sice skvělé, ale současně nám snadno mohou přerůst přes hlavu. Je z toho cesta ven, nebo jsme odkázáni – potažmo naše děti – být „otroky Matrixu“?

Na jednu stranu nám moderní technologie hodně ulehčují život, ale na stranu druhou nám ho i dost komplikují. A hlavně z toho už tak trochu začínáme blbnout! Vnímám už delší dobu, že se snižuje úroveň společnosti. Ono je to také o vzorech, které nám v dnešním světě tak nějak chybí. Pomalu ztrácíme schopnost „poradit si“, talent pro improvizaci, čímž byli ostatně Češi vždy proslulí. Mladým už dnes chybí takový ten širší záběr. Ale zase svádět to jen na mladou generaci také není úplně fér. Je to hodně dáno i výchovou. Naše děti často už od malička až přehnaně hlídáme a opečováváme, aby se jim nic nestalo, protože svět je rychlý, zlý a agresivní. Jenže ono je potřeba nechávat děti, ať si taky občas poradí sami.

S tím se nedá než souhlasit. Žijeme v rychlé a tvrdé době. Ostatně, v oblasti businessu to platí dvojnásob. Jak relaxujete a dobýváte si baterky?

Jsem hodně orientovaný na přírodu, což je element, který vás vždycky zklidní a vrátí zase na zem. Člověk může být namyšlený borec, ale příroda mu vždycky nakonec ukáže, kde je jeho místo

a kdo je tady pánem. Takže příroda je to, co mě nabíjí, kam se vždycky rád vrátím, kde se cítím dobře.

Můžete to trochu rozvinout? Co třeba Vaše hobby? Víím, že máte dva velice zajímavé a specifické zájmy.

Tak jak už jsem řekl, jsem kluk z vesnice, od malička žiji a pohybuji se v přírodě a od toho se odvíjí i mé záliby. Mám dvě velké vášně a těmi jsou papoušci a bonsaje. K obojímu jsem se dostal úplně náhodou. Když jsem ještě jako malý kluk s mým dědou objížděl hospodářství, někde jsem viděl v kleci dvě andulky, což se mi hrozně zalíbilo. Děda si toho tenkrát naštěstí všiml a hned k následujícím Vánocům mi dvě andulky přivezl. Tím to celé začalo a už jsem v tom lital. Jenže pak přišla studia, poté vojna a dále stěhování do Českých Budějovic. Takže papoušci skončili na spoustu let takzvaně „u ledu“.

Ale nakonec jste se ke své vášni zase vrátil, že?

Přesně tak. A zajímavé na tom je, že hlavní roli sehrála opět náhoda. Po mnoha letech přinesla sestra jednoho papouška, o kterého se majitel zřejmě nestaral, dokonce ho snad i trápil. Sestra si ho nechat nemohla, tak jsem se ho ujal sám. A nedlouho poté jsem si pořídil dalšího a dalšího a už to jelo nanovo. Tady v Budějovicích jsem vstoupil do Svazu chovatelů exotického ptactva, kde se setkáváme s kolegy, pořádáme burzy, semináře, jezdíme po celé Evropě. Aktuálně mám asi 70 papoušků, je to moje celoživotní vášně.

A co Vaše druhá vášně?

Druhou vášní jsou bonsaje a i k těm jsem přišel úplně



Většina technologií v tiskárně Typodesign je od Heidelbergu. Počínaje předtiskovou přípravou v podobě softwaru, RIPu, CTP Suprasetter přes tiskové technologie Speedmaster až po dokončovací řezací a falcovací stroje.

spontánně. Abych byl upřímný, už si ani přesně nepamatuji, jak to celé začalo, co byl ten hlavní spouštěč. Každopádně vždycky se mi líbily takové ty krásné, udržované japonské zahrady na malém prostoru, zidealizovaná krajinka s některými až téměř archaickými tvary. Na bonsajích je skvělé, že nejsou nijak zvlášť náročné na místo, a přesto vypadají naprosto úchvatně a dají se s nimi dělat neuvěřitelné věci.

Zaujalo mě, jak jste mluvil o takovém tom přirozeném vývoji – ještě před samotným rozhovorem.

Můžeme se k tomu ještě vrátit? Ono to totiž lze dobře uplatit na jakýkoli obor lidské činnosti.

Zřejmě myslíte vývoj, o kterém jsme hovořili v souvislosti jak s chovem papoušků, tak s pěstováním bonsajů?

Ano, přesně.

Nejdůležitější je, najít si to své. Ať děláte cokoli, je třeba splnit dvě zásadní věci: za prvé vás to musí bavit a za druhé vám to musí takřkajíc sednout. Jak s papoušky, tak s bonsajemi jsem si prošel takovým tím typickým vývojem, kdy jsem nejprve chtěl všechno, mít co nejvíce druhů, co nejvíce papoušků, potažmo bonsajů. Jenže on je tu jeden zásadní problém! Čím víc toho máte, tím je to složitější a tím hůře to celé zvládáte nějak smysluplně spravovat. Ono je to jako s tiskárnou. Pokud to chcete dělat dobře, a současně aby vás to ještě těšilo, je nutné si vybrat jen určité, omezené množství. Tomu se pak můžete věnovat naplno a hlavně dobře! A už je pak úplně jedno, jestli jde o papoušky, bonsaje nebo tiskové aplikace. Nikdo nemůže dělat všechno, respektive nikdo nemůže dělat všechno a k tomu perfektně.

Naprosto trefně řečeno. Co byste, pane Nezbedo, vzkázal čtenářům na závěr?

Skoro bych zapomněl na to nejdůležitější! Na mé třetí a největší hobby, dá-li se tomu tak říkat (smích). Do třetice to je samozřejmě rodina. Ta je úplně ze všeho to nejdůležitější. Je to rozhodně ten největší nabíječ, to největší „hobby“, a zároveň také ta největší radost, ale i starost. Ať se na to díváte jakkoli, nakonec vždycky zvítězí nadšení, radost, když vidíte své děti jak rostou, jejich úspěchy. Ale hlavně je skvělé mít se kam vracet. ■



drupa

June 16-26, 2020
Düsseldorf/
Germany
www.drupa.com

HEIDELBERG NA DRUPĚ V ČÍSLECH

2

města –
Düsseldorf
a Wiesloch

84

strojů vystavených
v Düsseldorfu
a Wieslochu

400

osob bude čítat
tým Heidelbergu
na drupě

3 550

metrů čtverečních
bude mít stánek
v Düsseldorfu

HEIDELBERG NA DRUPĚ 2020

Jen málokdo z polygrafického světa nezná mezinárodní veletrh drupa, který se koná jednou za čtyři roky v Düsseldorfu. Poslední ročník (2016) veletrhu navštívilo 265 165 tisíc lidí ze 183 zemí.

Čtyři roky uběhly a v červnu příštího roku se düsseldorfské výstaviště opět stane na 11 dní obřím arénou polygrafů z celého světa. Jedná se o nejvýznamnější veletrh tiskových technologií, který nabízí nejen technologické novinky, ale také celou řadu příležitostí pro navazování nových kontaktů a realizaci obchodních jednání.

drupa 2020 se ponese v duchu hesla: Embrace the future – Přijmi budoucnost. I my vám chceme pomoci vykročit úspěšně do budoucnosti, proto jsme připravili pro veletrh drupa hned dvě paralelní akce nesoucí se v duchu Smart Print Shop. Jedna část bude probíhat přímo na veletrhu v Düsseldorfu a druhá ve výrobním závodě ve Wieslochu. Tento koncept jsme již vyzkoušeli v roce 2016, a protože byl úspěšný, vracíme se k němu i pro tento ročník veletrhu.

Heidelberg v Düsseldorfu
Najdete nás v hale 1 na výstavní ploše společně s Masterwork a firmou POLAR s týmem čítající 400 lidí. Kdo přemýšlí o budoucnosti

polygrafie a o možných výrobních a obchodních modelech, ten by si rozhodně neměl nechat ujít naši výstavní show. Hlavním tématem naší expozice bude vysoce automatizovaná tisková výroba s autonomními a robotickými prvky a představíme také druhou generaci konceptu Push to Stop. V Düsseldorfu budeme s partnery vystavovat asi 17 strojů, a to jak konvenčních, tak digitálních. Ale co to bude konkrétně, se dozvíte až přímo na veletrhu drupa.

Heidelberg ve Wieslochu

Protože se nám na veletrh drupa nevejde vše, co bychom vám chtěli ukázat, připravili jsme si speciální drupa program i ve Wieslochu, který se bude konat ve dnech 18.–20. 6. a 22.–23. 6., vždy od 10.00 do 16.00 hod. Prohlédnout si budete moci ve třech sekcích (Komerční tisk, Etikety/label, Packaging) 50 strojů včetně 17 tiskových, kompletní workflow Prinect. Určitě byste neměli minout tzv. Innovation Center, ve kterém bude speciální expozice na téma „Budoucnost polygrafie“. Kromě toho budete moci na exkurzi do montážní haly č. 6 nebo prozkoumat další odvětví, kterým se jako společnost věnujeme, například tištěná elektronika nebo nabíjecí jednotky pro elektromobily, tzv. Wallboxy. Po oficiálním konci navíc nebude chybět ani společenský program.

Düsseldorf–Wiesloch

Pro zákazníky z České republiky je Wiesloch zhruba na půli cesty autem do Düsseldorfu. Pohodlně si tak můžete zpestřit jednu nebo obě cesty návštěvou v našem výrobním závodě. Naše expozice bude otevřena 18.–20. 6. a 22.–23. 6. vždy od 10.00 do 16.00 hod. Pro zájemce jsme navíc připravili all inclusive zájezd zahrnující leteckou přepravu na drupu, zájezd do Wieslochu a ubytování jak v Düsseldorfu, tak ve Wieslochu. Nabízíme varianty letů jak z Prahy, tak z Vídně. Zájezdy nabízíme ve dvou termínech a variantně ve verzi 2 dny v Düsseldorfu + 1 den ve Wieslochu, nebo 3 dny v Düsseldorfu + 1 den ve Wieslochu. ■

Pro více informací kontaktujte Jiřího Košťala z marketingu:
jiri.kostal@heidelberg.com

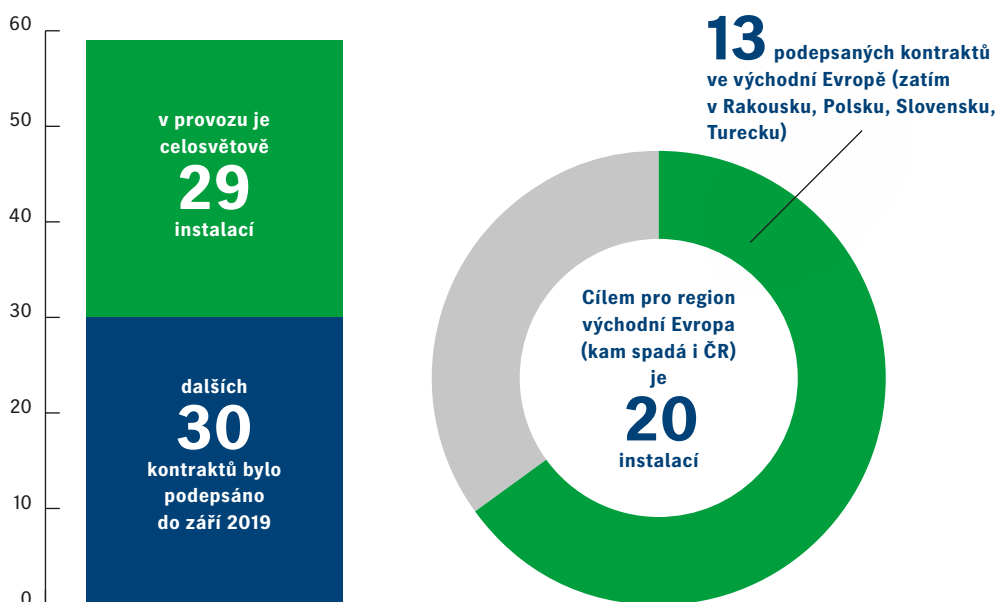


Výstavní show Heidelberg
na veletrhu drupa 2016.



MODEL SUBSCRIPTION V PRAXI

Před necelými dvěma lety jsme začali nabízet tzv. Subscription model, nekonvenční způsob financování pořízení a provozu stroje. O praktických zkušenostech s modelem Subscription jsme mluvili v září na akci v rakouské tiskárně Universitätsdruckerei Klampfer GmbH.



Obchodní model Heidelberg Subscription, který zákazníkovi nabízí výkon tiskového stroje, aniž by jej musel vlastnit, zapouští v podmínkách globalizované polygrafie kořeny. Počet realizovaných, podepsaných i zatím jen projednávaných smluv roste a již brzy by měl dosáhnout stovky. Očekáváme, že se stroje nainstalované v rámci obchodního modelu Subscription budou zásadním způsobem podílet v dalších letech na růstu obrátu celé skupiny Heidelberg. Podle přehledu o celkových výsledcích, které byly na trhu realizovány pomocí obchodního modelu

Heidelberg Subscription, bylo do září 2019 podepsáno 59 kontraktů. V provozu je již 29 instalací, některé stroje slouží zákazníkům v Evropě, Severní Americe a Číně už déle než rok. Stroje jsou nainstalovány zejména v komerčních a packagingových tiskárnách. Ve společnosti Aluprint s. r. o. ve Vrútkách slouží stroj Heidelberg Speedmaster při tisku etiket. Trh v Česku a na Slovensku je regionálně součástí východní Evropy, kde se zatím podařilo sjednat 13 kontraktů, konkrétně v Rakousku, Polsku, Turecku a na Slovensku. Cílem pro východní Evropu je v nejbližším období dosáhnout instalace dvaceti strojů v rámci obchodního modelu Subscription.

Tiskárny informujeme o výhodách modelu Subscription. S tímto cílem jsme uspořádali v září v Rakousku, v tiskárně Universitätsdruckerei Klampfer meeting pro novináře a konzultanty z celé Evropy. Prof. dr. Ulrich Hermann, který je členem top managementu, v němž zastává pozici CDO (Chief Digital Officer), na setkání uvedl, že podíl obrátu ve společnosti Heidelberg, dosahovaného pomocí obchodního modelu Subscription, bude ve střednědobém horizontu dál narůstat. Tiskárna Klampfer je příkladem úspěšné aplikace tohoto modelu.

Prof. dr. Ulrich Hermann prosazuje komplexní digitalizaci. Její součástí je také koncepce nového obchodního modelu Subscription a péče o stroj po celou dobu jeho životnosti. Prof. Hermann v přednášce v tiskárně Klampfer poukázal na rozpor mezi vlastnictvím a využitím, což se samozřejmě netýká jenom tiskových strojů. V rámci koncepce Print Media Industry 4.0 se klade důraz na využití stroje a jedním z nástrojů může být model, kdy si zákazník objedná výkon stroje, nikoli stroj do vlastnictví. Hovořilo se samozřejmě také o využití tzv. big dat jako základu pro modely digitálního řízení, o automatizaci a autonomním tisku.

Hlavním bodem programu byla prezentace zkušeností majitelů Daniely a Roberta Klampfer. Daniela Klampfer zhodnotila poznatky z přípravy a realizace projektu v rámci modelu Subscription. Předmětem projektu jsou v případě tiskárny Klampfer tiskové stroje Heidelberg Speedmaster XL 106, Speedmaster SX 52 a veškerý související software, a dále dodávky všech spotřebních materiálů a služeb. Robert Klampfer informoval o změnách ve výrobě, které přinesla aplikace modelu Subscription. Při exkurzi ve velkoryse řešené výrobní hale potom velmi podrobně vysvětlil, jaké úpravy i v rozmístění strojů musely být provedeny, aby tok materiálu probíhal optimálně. Během ročního provozu v nové organizaci polygrafické výroby tiskárna vykazuje úsporu v průměru 248 hodin provozního času měsíčně. Hans-Jürgen Fink (konzultant ze společnosti Heidelberg) potom popsal po-

stupové kroky, jimiž od července 2018 do července 2019 probíhala realizace projektu, od analýzy potenciálu tiskárny až po řízení zásob dodavatelem. V další etapě se zoptimalizuje výrobní plánování a vytvoří se standardní model zásobování papírem. Dodávky papíru nejsou fyzicky součástí našich služeb v modelu Subscription, zatímco jejich řízení ano. Poznatky z Klampfer Druckerei dokládají, že i v řízení zásob a toku materiálů existují v tiskárnách velké rezervy. ■

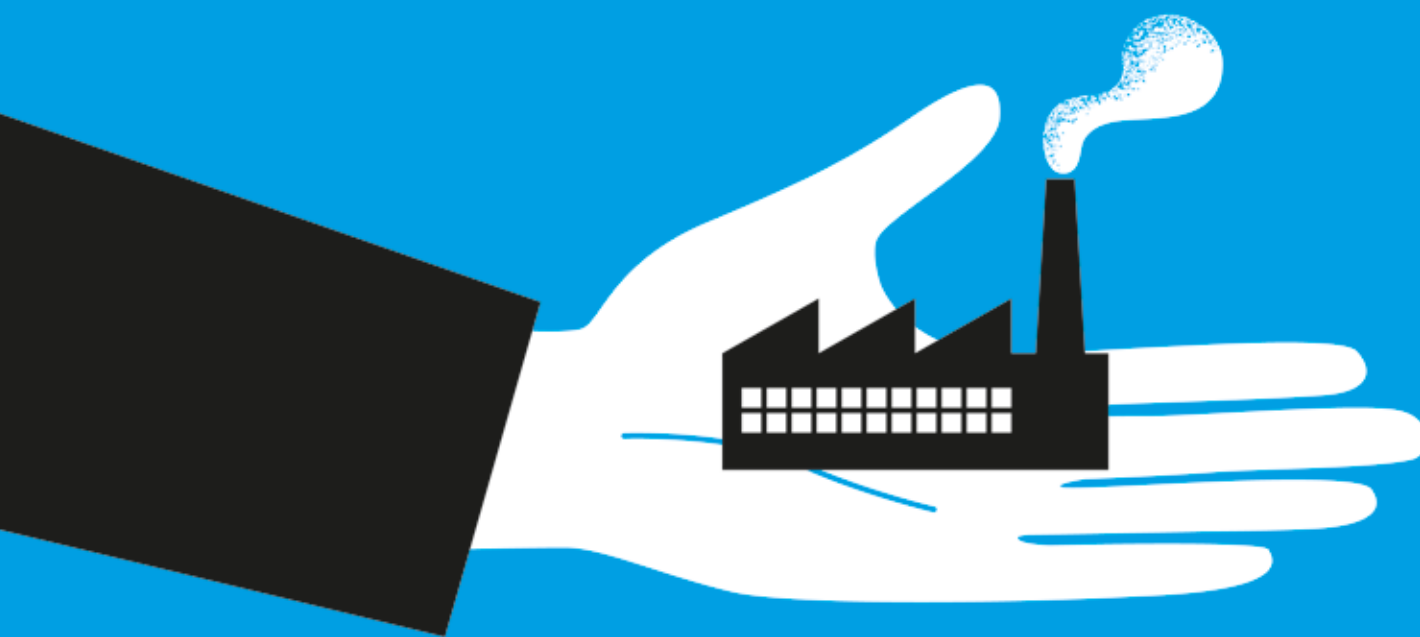
Návštěvníci v Universitätsdruckerei Klampfer.

FOTO DOLE: Daniela a Robert Klampfer, majitelé tiskárny Klampfer, se podělili o své zkušenosti s modelem Subscription.



PŘEDÁNÍ FIRMY: VÝZVA I POTÍŽ

Již několik let řešíme napříč celou polygrafií nový fenomén – předávání firem nastupujícím generacím. Na první pohled triviální věc se pro vás ve výsledku může ukázat jako velice komplikovaně řešitelný problém s množstvím rozličných překážek. Co tedy obnáší předání firmy a jak se na to připravit?



p

říběh je v jádru pokaždé stejný. Na začátku stojí vždy nadšení, zápal a ochota rozjet (ale i riskovat) vlastní podnik – v našem případě tiskárnu. Léta dřiny a odříkání vystřídá úspěch a ex-

panze firmy na všech frontách – pracovní tým, větší prostory, výkonnější technologie. Jenže čas je neúprosný a nic netrvá věčně. Uplynou 2 až 3 dekády a nejproduktivnější éra je za námi. Jsme unavení, vyčerpaní pracovním maratónem, potřebujeme pauzu nebo alespoň zvolnit a věnovat se více svým koníčkům, rodině, dětem, vnoučatům. Ozvat se mohou i zdravotní problémy. A možná si jen uvědomíme, že nás svět velkého byznysu už ani moc nebaví.

Velký přesah z polygrafie

Generační výměna a předání firmy se pochopitelně nevztahuje jen na náš polygrafický segment. Nicméně právě zde jde o velice silný fenomén a často i složité řešitelnou situaci. Právě polygrafie je totiž velmi specifický obor – hodně rozvětvený, neustále rostoucí a měnící se. Navíc je tu více než kde jinde patrný aktuální problém s lidmi – jak s nedostatkem odborných pracov-

níků, tak i s potenciálními novými nástupci, kteří by převzali pomyslné otěže firmy. V neposlední řadě hraje proti nám i prvek psychologický, komu a jak předat? Vždyť tiskárna je téměř jako naše dítě.

Situace v České republice

Tradičních rodinných firem je u nás málo především vinou historických událostí po roce 1948, kdy se majitelům na prvorepublikovou tradici většinou navázat již

nepodařilo. Nejstarší rodinné podniky tak začaly vznikat nejdříve před 30 lety, což je sice dlouhá doba na to, aby se firma dobře rozvinula a vyprofilovala, ale není to dost na plnou přípravu a výchovu nástupců. Podle odhadů je v segmentu malých podniků asi čtvrtina až třetina rodinných firem, nejčastěji malé firmy do 10 zaměstnanců. Také se v ČR běžně setkáváme s tím, že majitelé svou firmu vybudovali na zelené louce a mají problém, že nemohou společnost předat svým dětem. Mezi úspěšné příklady, kde se předání podařilo, patří Tisk Horák a. s. (otec a synové Horákoví, Ústí nad Labem), INPRESS a. s. (otec a syn Nadberežní, České Budějovice), TISKÁRNA PROTISK, s. r. o. (otec, syn a dcera Štěchovi, České Budějovice), KRÁLÍČEK s. r. o. (otec a syn Králíčkoví), PB-tisk a. s. (p. Baštář – prodej i zaangažování, Příbram), Triangl, a. s. (předání na potomka, Petr Kotýnek, Praha), GRAFOTECHNA PLUS, s. r. o. (předání na dceru – Eva Dobruská s manželem).

Předávání firem ve světě

Na západ od našich hranic jsou zkušenosti s mezigenerační výměnou bohatší. Mnohem méně majitelů rodinných firem je tam přesvědčeno, že během příštích deseti let zůstane jejich podnik ve vlastnictví rodiny (nejoptimističtější jsou Italové s 88 %, v Německu je to zhruba 60 % a ve Švýcarsku 46 %). V sousedním Německu jen 1/3 rodinných firem zůstává skutečně rodinnými do druhé generace vlastníků, 12 % do generace třetí, 3 % do generace čtvrté a necelé 1 % do generace páté. Rodinné firmy jsou přitom páteří evropské ekonomiky. V Evropské unii se průměrně podílejí na polovině HDP a vytvářejí polovinu pracovních míst.

Možnosti předání firmy

Možností, jak celou věc řešit, je relativně dost, můžeme si vybrat: předání na potomky, nástupce z řad managementu, nabídka volnému trhu investorů, kupec v okruhu známých, nástupce mezi majiteli, řízená likvidace, nechat tomu volný průběh.

Nejllepší jsou první dvě varianty (předání v rámci rodiny, nebo nástupce z řad managementu). Roli hraje důvěra a fakt, že bývalý šéf může být stále poblíž. Předáním někomu z řad managementu navíc nebudete zatíženi rodinnými vazbami. Nabídnout firmu investorům je sice komplikované a zdoluhavé řešení, ale když se povede, je to skvělá volba. Kupec v okruhu známých a nástupce mezi majiteli jsou neutrální volbou a mají svá pro i proti. Poslední dvě řešení (řízená likvidace a volný průběh) nejsou ideální a z morálního hlediska je ani nelze příliš doporučit. Na druhou stranu, je to vaše firma a je-li vše v rámci zákona, proč ne?

Shrnutí

Velká potíž tkví také v tom, že není místo pro opravu. Na předání firmy máme jen jeden pokus. Pokud jej promarníme, na další už nemusí být čas, prostředky ani energie. Více než polovina rodinných firem v ČR aktuálně čelí (nebo v nejbližších letech bude) mezigenerační výměně. Skoro polovina z nich není na změnu připravena. Na druhou stranu, dle hrubých odhadů mají české rodinné firmy mezi Czech Top 100 zhruba čtvrtinové zastoupení a dávají práci tisíckám zaměstnanců, což zase není vůbec špatné. ■

ZAJÍMAVOSTI

„Připravili jsme si pro veletrh drupa hned dvě paralelní akce nesoucí se v duchu Smart Print Shop. Navštívit nás můžete v Düsseldorfu i ve Wieslochu.“

HEIDELBERG

STRANA 24

Strana 38

Momentka na téma dětské knihy – přetrvávající fenomén.

Strana 45

První instalace digitálního tiskového stroje Versafire EV v tiskárně TNM PRINT s. r. o.

Rozhovor s Rastislavom Hrudálom, Print4U, s. r. o.

TLAČIAREŇ NA VÝCHOD OD RAJA

Nenápadný komplex budov uprostred obrovského areálu fabriky U. S. Steel Košice patrí tlačiarňi Print4U. My sme sa porozprávali s Rastislavom Hrudálom, majiteľom spoločnosti, aj o tom, ako sa podniká v polygrafii na východnom Slovensku, ale aj o možnom príchode ekonomickej krízy.



Spoločnosť Print4U, s. r. o. začala svoje pôsobenie v roku 2014, no tlačiarenské remeslo má v budove, kde firma sídli, svoju históriu už viac ako dve desaťročia. Súčasný majiteľ Rastislav Hrudál sa polygrafií venuje od mladého veku a dnes stojí za úspechom Print4U. Neustále z neho vyžaruje energia a nadšenie. Počas príjemných dvoch hodín sme so zanieteným fanúšikom košického hokeja prebrali množstvo tém a pochopili, že je skutočným lokálpatriotom, ktorý nedá dopustiť na podnikanie na východe Slovenska.

a

ko vznikla spoločnosť Print4U?

V tejto budove sídlime už dvadsaťdva rokov ešte od čias spoločnosti Ota, ktorá tlačila pre VSŽ (Východoslovenské železiarne, pozn. red.) Ja som do firmy nastúpil v roku 1996 na pozíciu vystavovateľa pre VSŽ. Vtedy sa firma venovala polygrafii len okrajovo. Tlačili sa reklamné letáky a katalógy pre VSŽ na výstavy. To trvalo do roku 2000, keď VSŽ prebrali Američania a premenovali firmu na U. S. Steel. Spoločnosť Ota sa v tomto období začala orientovať viac na polygrafiú a ja som postupne začal oslovovať čoraz viac nových klientov. Vo firme som pracoval na rovnakej pozícii už dlhé roky, až sa mi ju postupne podarilo odkúpiť s partnerom z Bratislavy a premenovať na Print4U. Toto sa stalo v roku 2014. Vtedy sme začali nakupovať aj nové technológie a ešte užšie spolupracovať so spoločnosťou Heidelberg a s ďalšími dodávateľmi.

Kto sú vaši zákazníci a ktorý segment má u vás najväčší podiel na zákazkách?

Sú to rôzne banky, telekomunikačné spoločnosti, ďalej sektor, ktorý sa špecializuje na odborné časopisy a katalógy a nakoniec vydavateľstvá s odbornou literatúrou v portfóliu. Približne sedemdesiat percent zákazok predstavuje tlač pre agentúry, dvadsať percent pre vydavateľstvá a zvyšných desať percent pre koncového klienta. Práve ten posledný segment by sme chceli rozšíriť na úkor agentúr.

Ako vnímate pozíciu spoločnosti? Dominuje predovšetkým na východnom Slovensku?

Je to tak päťdesiat na päťdesiat. Počas posledných piatich mesiacov som vypozačoval istý fenomén. Kým dovtedy boli ceny v našom biznise vyššie v Bratislave, mám pocit, že aj na východe si niektoré spoločnosti uvedomili, že nemôžu stále stláčať cenu dolu. Náklady totiž stále rastú

a priestor pre maržu sa zužuje. Niekedy sa stane, že klient príde v piatok s tým, že chce mať zákazku hotovú v pondelok, čomu rozumiem, no musí si za to priplatiť. Na druhej strane, počúvam správy o neuveriteľne nízkych cenách za polygrafické služby v Bratislave. To je podľa môjho názoru zvláštne, pretože kúpna sila je omnoho vyššia práve v tomto regióne. Odpovedou však môže byť väčšia konkurencia a samotný boj o zákazky. Nemyslím si však, že toto je správna cesta.

Ekonomický rozdiel medzi západným a východným Slovenskom je zrejmy. Ako ho vnímate v polygrafii vy?

Nedávno som zachytil správu o mestách s najvyššími mzdami na Slovensku. Prvou bola Bratislava, a za ňou boli mestá ako Senica, kvôli Amazonu, a Trnava vďaka automobilovému priemyslu. Košice, ako druhé najväčšie mesto s jednou z najväčších fabriek, boli až piate za Malackami a Hlohovcom. Uvediem konkrétny príklad. Stroj od spoločnosti Heidelberg tlačí rýchlosťou pätnásťtisíc výťahov za hodinu, čo v praxi znamená trinásť až štrnásťtisíc výťahov za hodinu. Nezáleží na tom, či stroj obsluhuje človek v Bratislave alebo v Košiciach, príplatok za víkendovú smenu dostanú obaja. Kúpou najnovšieho stroja CX75 sme eliminovali nedeľnú prevádzku v zmysle, že tlačiarne už v nedeľu nepracujú. Takto sme sa snažili eliminovať náklady. Viem o jednej firme na východe, ktorá už prevádzku ukončila a o minimálne ďalších dvoch, ktoré o tom uvažujú. Situácia sa stala pre nich neúnosná napriek technickému vybaveniu.

Považujete sa na východe Slovenska za najväčšiu spoločnosť v polygrafii?

Nerád by som sa s niekým porovnával. Tých tlačiarň na východe nie je až tak veľa a nemám pocit, že by sme nejako zásadne medzi sebou bojovali o zákazníkov. Trh máme rozdelený na základe tichej dohody a každý operuje vo vlastnom priestore. Keď sa objaví nový klient, väčšinou si už vopred zistí možnosti u nás aj u konkurencie. To znamená ako kvalitne a ako rýchlo dokážeme dodať produkt. Prvoradou je však cena. Takýto boj vnímam skôr na západe, kde sa na nás niekedy možno aj hnevajú, že im zákazku zoberieme.

Je hlavným regiónom pôsobnosti Print4U iba Slovensko alebo sa snažíte preniknúť aj do zahraničia?

Áno, je tam snaha aj o zahraničie, ale všetko je to postavené na dobrých vzťahoch s niekoľkými reklamnými agentúrami. Už sme mali aj zákazky pre austrálske alebo novozélandské firmy. To bolo veľmi zaujímavé, prekvapivo nielen pre mňa, ale atraktívne to bolo aj pre nich napriek obrovskej vzdialenosti.

Kúpou najnovšieho stroja Speedmaster CX 75 sme eliminovali nedeľnú prevádzku.

V Česku sa v poslednej dobe firmy zameriavajú skôr na južné krajiny ako Taliansko alebo Španielsko. Naopak, spoločnostiam, ktoré sa snažia preniknúť do Nemecka, Rakúska alebo Holandska sa dlhodobo veľmi nedarí. V tomto ohľade tam funguje silný patriotizmus.

Teraz ste mi „brnkli na strunu.“ Tiež sa považujem za silného lokálpatriota. Niekedy ma dokážu prekvapiť klienti, s ktorými spolupracujeme naozaj dlho a korektne, že sa obracajú na poľský trh. V tom vidím veľký problém, pretože Poľsko je známe tým, že sa vždy snaží ísť „pod cenu“. Nedávno sa mi stalo, že si potenciálny klient robil prieskum cien u nás aj u konkurencie. Štyri slovenské spoločnosti vrátane Print4U, ktoré sú na tom technologicky približne rovnako, ponúkli viac-menej rovnakú cenu za služby. Rozdiely boli naozaj minimálne. Piata ponuka z Poľska však bola na polovičnej cene. Už len pri cene papiera v dnešnej dobe mi to príde zvláštne. Prirátajte k tomu ešte výrobné náklady a dopravu z Poľska na Slovensko.

Vnímate nejaké spoločné znaky alebo rozdiely medzi českou a slovenskou polygrafiou?

Myslím si, že Slovensko trochu zaspalo dobu. Nechcem to znevažovať, no mám pocit, že v Česku sú v tomto období na vyššej úrovni čo sa týka technického vybavenia. Tá podpora je podľa

môjho názoru vyššia. Majú lepší záber a širšie portfólio. Určite je to sčasti dané aj geografickou polohou. Vnímam však aj zvýšený dopyt po nových technológiách v slovenských firmách, čo je dnes nutnosťou. Trh sa neustále posúva a vy nemôžete zostať pozadu. Tie spoločnosti, ktoré dnes zanikajú, alebo v blízkej budúcnosti zaniknú, možno doplatili či doplatia práve na toto.

V susedných Čechách zažíva trh problém s dotáciami. Spoločnosti, ktoré dotácie buď nedostanú alebo ich z princípu nechcú, strácajú konkurencieschopnosť. Vnímáte to podobne aj na Slovensku?

Súhlasím. Rozdelil by som to na dve roviny. V prvej sú presne tie firmy, ktoré majú dotácie a s nimi spojené výhody. V druhej ide o región. Mzda sa líši od jedného regiónu k druhému a v hlavnom meste je diametrálne odlišná. Stále však existujú firmy, ktoré to nereflektujú a za každú cenu do toho idú, nasadia nízku cenu, len aby mali obrat. Je to úsmevné, no veľakrát sa dostávame do konfliktu s cenami aj českých tlačiarň. Takže sa dá predpokladať, že tam pravdepodobne majú nejaké dotácie alebo granty. Pri tom si nemyslím, že výrobné náklady sú v Česku a u nás výrazne rozdielne.

Priblížte nám spôsob fungovania prevádzky Print4U.

Máme tridsať zamestnancov a fungujeme v podstate nonstop na dvanásťhodinové smeny. Štyri dni zamestnanci pracujú ráno, ďalšia smena ich nahradí poobede. Dokopy máme štyri pracovné skupiny, ktoré po odpracovaných štyroch dňoch majú štyri dni voľna. Všetky tlačiarne, ktoré sa snažia byť flexibilné, fungujú nonstop, aby stihali

A man with short brown hair and a light beard, wearing a blue and brown plaid blazer over a white shirt, is leaning against a large grey industrial machine. The machine has the 'HEIDELBERG Speedmaster' logo on it. He is looking towards the camera with a slight smile. The background is a plain, light-colored wall.

Som zástancom
toho, aby sme
technológie
neustále
vylepšovali
a išli príkladom.



› spĺňať nároky klientov, ktorí chcú mať často veci hotové z jedného dňa na druhý.

Na webe uvádzate, že máte aj vlastný tím grafikov? Ponúkate teda komplexné služby?

Je to služba využívaná na približne desať až pätnásť percent. Ide najmä o predprípravu tlače. Nevyužívame ich na extrémne kreatívne zadania, aj keď to vedia robiť veľmi dobre. Máme niekoľko klientov, ktorí si u nás nechajú vyrobiť kompletne všetko. Deväťdesiat percent podkladov nám príde pripravených priamo do tlače. Myslím si, že takto operuje väčšina tlačiarň na Slovensku. Samozrejme, do hry vstupujú najrôznejšie agentúry, ktoré si nechajú zákazky naceniť aj u konkurencie a potom vyberú najlacnejšiu. Toto sa v súčasnosti snažíme eliminovať, sústrediť sa na koncového klienta a s tým súvisí aj naša široká ponuka služieb.

Ako ste spomenul, medzi vás a koncového klienta vstupujú ďalšie sprostredkovateľské subjekty. Aký na to máte názor?

Agentúry sú zaujímavým faktorom. Mnoho spoločností už ne spolupracuje priamo s nami, ale prostredníctvom nich. Medzi nimi potom nastáva boj o koncového klienta a následne si nechajú naceniť zákazku u viacerých firiem a snažia sa stlačiť cenu najviac ako to ide. Niekedy dostanem echo, kde vidím, že sú firmy ochotné spracovať zadanie za výrobné náklady. O takýto druh obchodu však nestojím. Našou víziou je snažiť sa dostať priamo ku klientovi.

Ako vnímate pracovnú silu v polygrafii? Dokázate stále nachádzať dostatok kvalifikovaných zamestnancov?

Polygrafia je tak špecifický odbor, že aj keď má odborná škola veľa žiakov, väčšina z nich študuje grafický dizajn a podobné zameranie. Stačí, keď sa pozriete na strednú odbornú polygrafickú školu v Bratislave. Keď sa spýtate, aký počet ročníkov majú otvorených alebo aký odbor otvorili, tak tam odbor tlačiar alebo knihár študuje minimum študentov, ktorých zrátate na prstoch jednej ruky. Každá tlačiareň je odkázaná na výchovu vlastných ľudí z ulice, ktorých si však musí strážiť, aby neprešli ku konkurencii. Faktom je, a je to prirodzené, že akonáhle kvalifikovaný človek dostane lepšie podmienky inde, jednoducho odíde. Všetka energia a financie vynaložené na jeho zaučenie tak vyjdú nazmar a aj ďalší človek, ktorý nováčika zaučia, nepracuje na sto percent.

Takže ľudia sú, ale nie sú kvalifikovaní?

Snažíme sa hľadať zamestnancov v strednom veku, keďže čerství absolventi, ktorí nemajú žiadnu pracovnú skúsenosť, majú veľakrát nereálne predstavy o čistej mzde. Aj keď nájdete zaškoleného človeka napríklad z Ukrajiny, o pár mesiacov už môže putovať ďalej na západ. Pre nich je najdôležitejšie vstúpiť do EÚ. Veľa faktorov naznačuje, že čoskoro nás zasiahne kríza. Uvidíme, ako dopadne Brexit a ako skončia parlamentné voľby v roku 2020 na Slovensku, to bude zlomové. Niekoľkokrát sa stalo, že zo susednej fabriky US Steel sa boli ľudia pýtať na zamestnanie, pretože postupne prepúšťajú. Veľmi mi to pripomína stav tesne pred vypuknutím poslednej krízy, keď ekonomika neuveriteľne rástla a zrazu bublina praskla. Každopádne dúfam, že nás to nezasiahne až v tak veľkej miere.

Existujú vôbec nejaké opatrenia ako predísť kríze? Podnikli ste už nejaké?

Určite o tom premýšľam, no nechcel by som o tom ešte takto dopredu rozprávať. Snažím sa na to pripraviť firmu aj tak, že som pomerne dosť zamestnancov obmenil, no nemyslím si, že je možné pripraviť sa na takúto udalosť dokonale. Šťastie však praje pripraveným. Veľa závisí aj od zákazníkov. Aj v tomto období ste odkázaní na zákazky od klientov, ktorí si tiež dvakrát premyslia, či daný časopis tlačiť budú alebo nie. Ako som už spomenul, mám nejaké plány ako reflektovať to, že práce bude možno menej.

Aké technológie používate vo firme?

Máme dva stroje od Heidelbergu. Konkrétne disponujeme osvitkou Heidelberg SupraSetter Automat, ktorá bola kúpená pred dvomi rokmi. Tento rok v lete sme inštalovali Aqua System Online. V rámci tejto inštalácie sme boli prví v Česku aj na Slovensku. Som zástancom toho, aby sme technológie neustále vylepšovali a toto je jedným z krokov. Predtým sme používali technológiu priameho osvitu v stroji, kde to občas zadrhávalo, čo sa týka prestojov v tlači. Ten systém nebol dostatočný pre naše potreby. Preto sme zvolili systém Aqua. Následne sme zakúpili ešte Heidelberg CX 75 L. Starší stroj, ktorým disponujeme, je tiež Speedmaster Heidelberg 74. Ďalej u nás nájdete knihárské stroje ako V2 lepičky, falcovačky či rezačku. Viac-menej všetko máme od Heidelbergu okrem lami- na a jednej novej horizontálnej lepičky V2. ›



› *A prečo práve spoločnosť Heidelberg?*

My sme už korektne spolupracovali v spomínanej predošlej firme, takže sme prirodzene pokračovali. Nemali sme žiadny dôvod niečo meniť. Na našej strane zostali rovnakí ľudia, v podstate sa zmenil iba názov firmy. Taktiež, keď vyberáte nový stroj, porovnávate nielen cenu, ale aj to, čo za ňu môžete získať. Produkty Heidelberg nepatria medzi najlacnejšie, no kvalita v tomto prípade hovorí za všetko. Ešte keď som pracoval vo firme, ktorá predchádzala Print4U, začali najmä noví a väčší klienti požadovať aj kvalitu, ktorú stará technika už nemohla zabezpečiť. Vtedy sa zakúpil prvý štvorfarebný stroj od Heidelbergu a takto sme postupne začali. Páči sa mi, že Heidelberg sa snaží dlhodobo inovovať a zároveň robiť veci ekologicky.

Sledujete trendy automatizácie, personalizovanej tlače?

Je to absolútne nevyhnutné. Klient chce mať v dnešnej dobe všetko pod jednou strechou a hľadajú služby na kľúč. Chcú poslať zadanie a podklady digitálne a hotový produkt doviezť na ich adresu čo najrýchlejšie. To všetko vieme a robíme.

Čo robíte, keď nie ste v práci? Ako relaxujete?

Rád bicyklujem. Mám rád košícky hokej, takže vždy, keď povinnosti dovoľia, ideme si pozrieť zápas. Nedávno som si splnil detský sen a začal manuálne pracovať s drevom v mojej dielni. V mladosti som chcel ísť na drevársku školu, no za komunizmu ma mamina nechcela pustiť z Košíc do Zvolena. Z trucu som išiel

Páči sa mi, že Heidelberg
sa snaží dlhodobo
inovovať a zároveň robiť
veci ekologicky.

na hutnícku strednú aj vysokú školu v Košiciach. Potom sa naskytla už spomínaná možnosť pracovať pre VSŽ a bola tu spoločnosť Ota. Touto cestou som sa postupne prepracoval až sem. Začal som hľadať klientov, starať sa o nich aj o výrobu spoločnosti. Z vlastnej iniciatívy som si tu prešiel všetkými pozíciami a ovládam všetky systémy.

Čo by ste si prial pre spoločnosť do roku 2020?

Želal by som si, aby neprišla kríza a ekonomika sa stabilizovala. A aby sa súčasná situácia na Slovensku tiež zlepšila. Potešilo by ma, ak by sa zmenšili rozdiely medzi východom a západom Slovenska. Jeden kolega z oboru mi raz povedal, že čo tam po nejakých Košiciach, vraj Bratislava je raj. Odpovedal som mu, že tak si tu teda pomaly žijeme, na východ od raja. ■

TECHNOLOGIE

„Kúpou najnovšieho stroja CX 75 sme eliminovali nedeľnú prevádzku v tom zmysle, že tlačiarne už v nedeľu nepracujú.“

RASTISLAV HRUDÁL
RIADITEĽ
PRINT4U

STRANA 46

Strana 7

Řídte procesy v tiskárně efektivně pomocí systému Prinect.

Strana 48

Tisk variabilních dat pro začátečníky.



Les o

MOMENTKA

DĚTSKÉ KNIHY – PŘETRVÁVAJÍCÍ FENOMÉN

Knížky pro děti jsou dlouhodobě oblíbeným žánrem vydavatelů. Není se čemu divit, za děti jsme ochotni utrácet nejvíce peněz. Oblíbenost dětských knih potvrzují i knižní veletrhy. Například na knižním veletrhu ve Frankfurtu, na kterém se prezentovalo 7 450 vystavovatelů a který navštívilo něco přes 302 tisíc lidí, jste mohli na každém stánku potkat alespoň jednu dětskou knihu. Je úžasné, že i v dnešní (pře)digitalizované době mnoho dětí knihy stále miluje, a to i přes řadu jiných nabízených aktivit. Svůj podíl na tom jistě mají kreativní nápady na zpracování dětských knih. Těžko si vzpomenout na jiný literární žánr, který by nabízel takovou pestrost od nápaditých ilustrací, přes velikosti formátů, variace materiálů, zušlechťovacích prvků, až po výseky, vkládky a skládačky, které dětské knihy dělají interaktivnější. Nechybí ani prvky personalizace, díky kterým se děti mohou více vžít do příběhu. A příběhy jsou druhou nosnou osou úspěchu dětských knih. Dokáží oslovit děti napříč státy, jazyky i kulturním prostředím.

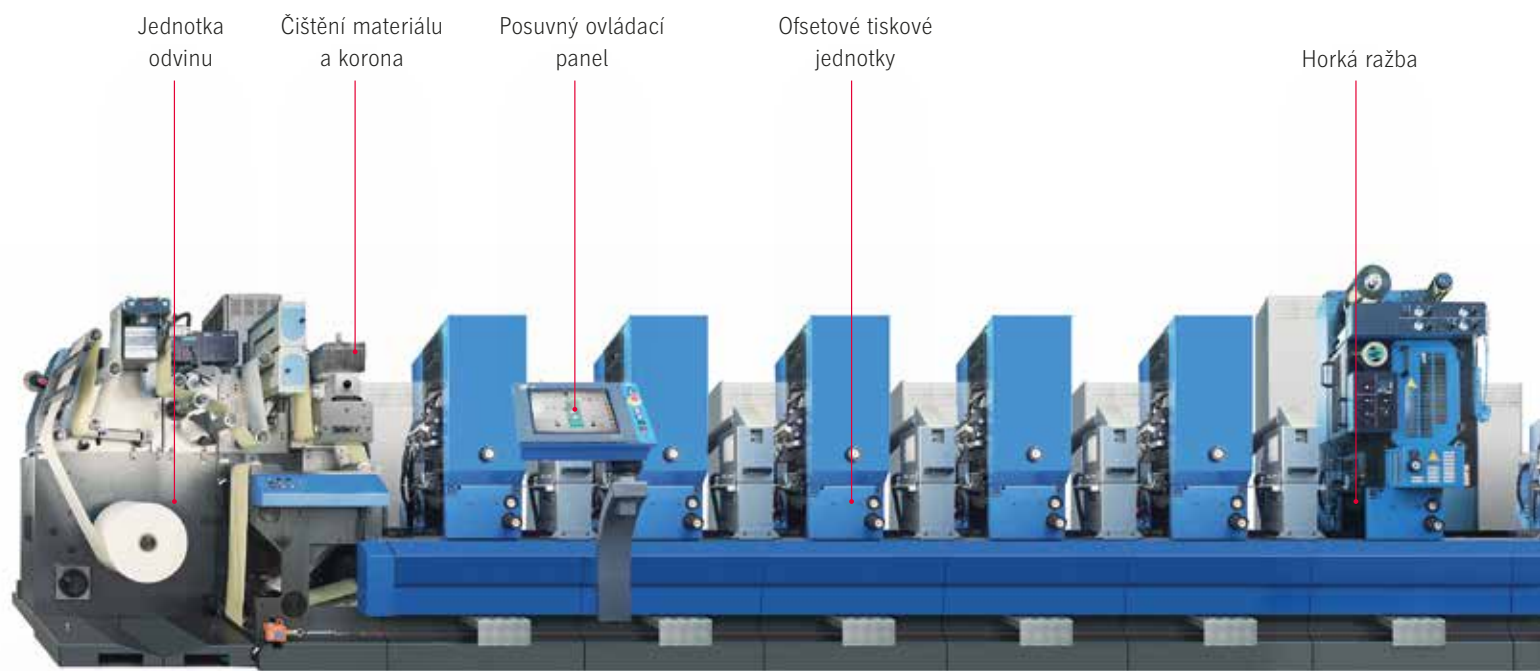


FLEX ON S TISKOVÝMI STROJI GALLUS

Za reportáží pro Magazín Heidelberg jsme se vypravili do Vestce u Prahy, kde má Flex ON spol. s r. o. jednu z největších flotil flexotiskových strojů značky Gallus v České republice. Flex ON provozuje v současné době dva stroje Gallus RCS 330 a jeden ECS 340. Nejnovějším přírůstkem do flotily strojů Gallus je semirotační ofsetový stroj Gallus TCS 250. Stroj je vybaven pěti ofsetovými jednotkami a po jednom sítotiskovém a lakovacím modulu, jakož i horkou ražbou a výsekem.

Gallus TCS 250

Gallus TCS 250 v sobě kombinuje špičkovou kvalitu ofsetového tisku spolu s dalšími tiskovými a zušlechťovacími technikami (rotační sítotisk, lakování, výsek, horká ražba atd.). Díky tomu je ideální pro graficky náročné etikety. Oproti flexotisku má velmi nízké náklady na tiskové formy, a je tak velmi efektivní pro malé a střední zakázky.



Vstupní sekce

Tisk

S

polečnost Flex ON je na trhu od roku 1994. O firmě a technologiích jsme hovořili s panem Martinem Chalušem, jednatelem společnosti. Během 25 let se firma vypracovala na předního výrobce etiket v Česku. Zaměstnává okolo 60 pracovníků. Disponuje kompletní výbavou v přípravě, flexotisku, ofsetovém tisku a digitálu, včetně potřebného dokončujícího zpracování.

Jak šel čas s Gallusem

První stroj Gallus, a sice knihtiskový stroj R160 s kombinací sítotisk + knihtisk + horká ražba, si tiskárna zakoupila v roce 2001. Osmibarvový

Gallus RCS 330 přibyl v roce 2008 a byl první v ČR. O dva roky později se strojový park rozrostl o stroj Gallus ECS 340, který byl také první v Česku. V roce 2011 si Flex ON koupil druhý Gallus RCS 330, tentokrát devítibarvový, s nonstop odvinem i návinem. Stroj slouží k potisku nejen flexibilních obalů, ale i tubového laminátu. Oba stroje RCS se nyní využívají především k výrobě etiket s vyšší přidanou hodnotou, a to díky flexibilitě obou strojů, jak v potiskovatelnosti substrátů, tak i v kombinaci tiskových technik, navíc s horkou i studenou ražbou, tiskem do lepidla, výsekem apod.

Technologie se mohou střídát prakticky libovolně na jednotlivých věžích. Ostatně trendem na flexotiskových linkách je nakombinovat do konfigurace i další tiskové technologie. Gallus je v tomto trendu nejdál, když umožňuje zákazníkovi flexibilně volit prakticky jakékoli smysluplné pořadí tiskových a zušlechťovacích jednotek.

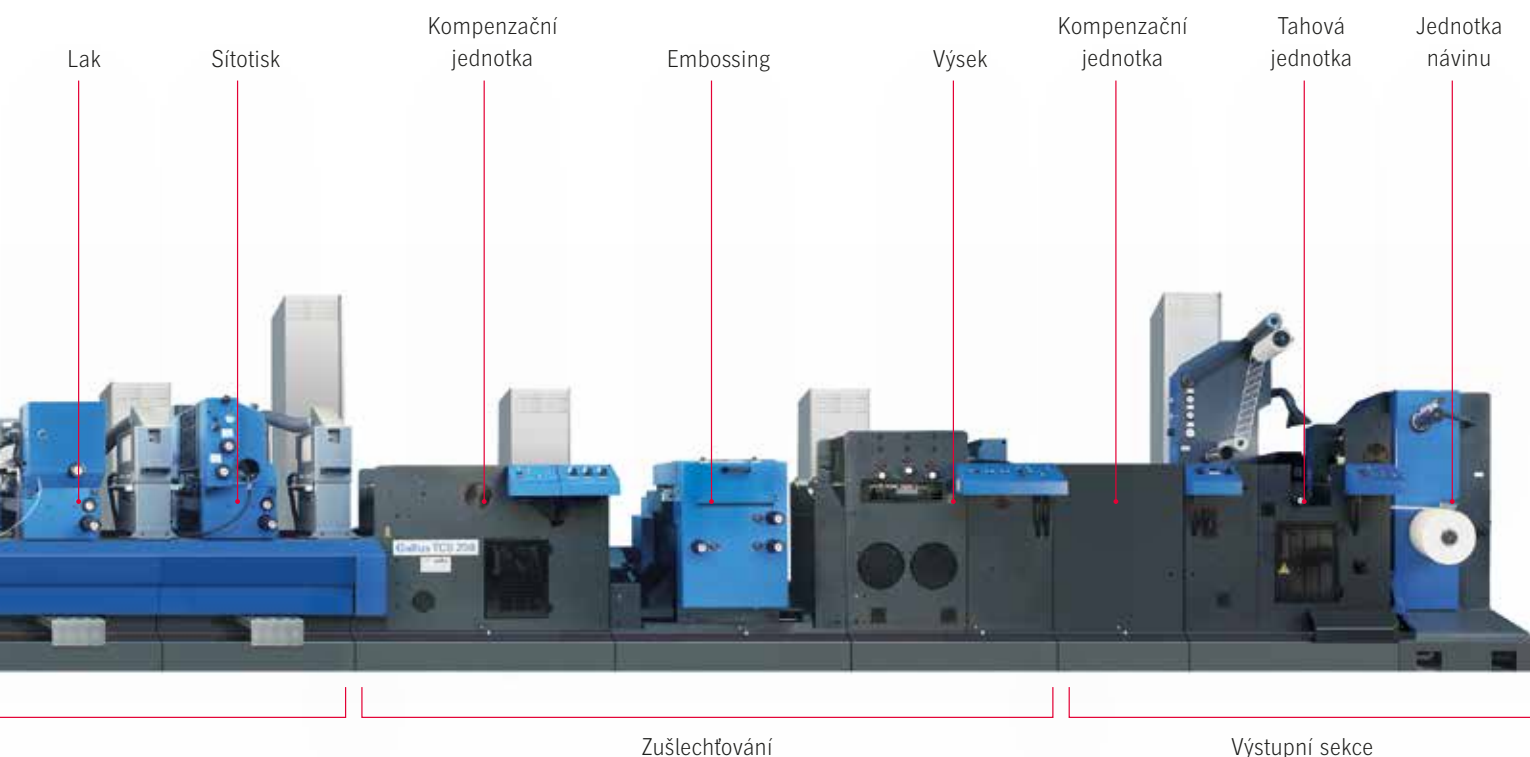
Dobrý dělník a nový Gallus

Třetí tiskový stroj Gallus, a sice ECS 340, slouží jako „dobrý a stabilní dělník“. Tiskárna na stroj přiděluje delší standardní zakázky, snaží se jej často nepřemývat. Uprostřed osmibarvového stroje má nasazen prakticky stabilně škálové barvy, přímé barvy nasazuje na začátek a na konec konfigurace. Nejnovější investicí je nyní stroj Gallus TCS 250 v konfiguraci s pěti ofsetovými jednotkami a po jednom sítotiskovém modulu a flexotiskové, resp. lakovací, jednotce pro celoplošné nebo parciální lakování, jakož i s horkou ražbou a semirotáčním výsekem. „Nikdy bych si nepomyslel, že

nastane jakási reinkarnace semirotáčního ofsetu,“ říká Martin Chaluš, a dodává: „Při zvažování další investice nicméně Gallus TCS 250 zvítězil nad myšlenkou pořídit si produkční digitální stroj.“

Rychlost stroje je srovnatelná s digitálními technologiemi HP Indigo, Domino nebo Durst. Přestože jednoduchá a levná příprava tisku je na ofsetu pomalejší, lze potiskovat prakticky jakýkoli materiál, není potřeba primovat apod. Na jeden průjezd lze na stroji vyrobit kvalitní vinnou etiketu, a to na rozdíl od digitálního stroje. Pokud digitál nemá náročnou hybridní konfiguraci, je potom vždy potřeba provést off-line finishing na dokončovacích strojích.

Nákupu stroje Gallus TCS 250 předcházela důkladná úvaha. Přestože je stroj



» koncepčně standardní, je doplněn o moderní elektroniku. Na českém a slovenském trhu jsou nyní tři takové stroje, jeden je ve Zlíně, druhý v Bratislavě. Přestože jsou 9 a 14 let staré, patří pořád ve svých firmách k nosným výrobním kapacitám. „Když se k takovému stroji budete dobře chovat, budou vám z něj i za deset let pořád padat etikety, jako když byl nový,“ poznamenává pan Chaluš. Gallus TCS 250 je optimální volbou i z pohledu trendu čím dál kratších zakázek, i z hlediska parametrů šířky 250 mm. Platí navíc také argument, že příprava ofsetových tiskových desek je násobně levnější než příprava flexotiskových štoků. Ofsetové formy si tiskárna svítí na CtP Heidelberg Suprasetter.

Samozřejmě se vtrhává otázka, co bylo ve Flex ONu před Gallusem. Začínali s konku-

renční značkou Nilpeter. „Později přišla doba, kdy zákazníci začali požadovat kombinace tiskových technik, a po mém soudu jediným, kdo měl takové stroje, byl Gallus,“ konstatuje pan Martin Chaluš. Na trhu je známou informací, že Martin Chaluš zůstává věrný značce Gallus, čehož si nesmírně ceníme.

Digitální tisk a finalizace

Obaly a etikety prodávají zboží. Etikety jsou jedním z mála polygrafických a packagingových trhů, kde lze hovořit o jednoznačném růstu i ve střednědobé perspektivě. Růstový potenciál je samozřejmě odvislý rovněž od vývoje legislativy a vzniku nejrůznějších regulací. Ovšem také v segmentu etiket se projevuje trend zmenšování a drobení zakázek. Mnoho firem se snaží si s trendem snižování počtu produktů v zakázce poradit pomocí digitálního tisku.

Přestože v technologiích tisku převažuje ve firmě Flex ON flexotisk, který je nyní doplněn i ofsetem, nezanedbává se nakonec ani

digitální technologie, a třebaže se pan Chaluš ani netají tím, že není velkým příznivcem digitálu a na klasickém stroji jeho firma umí zakázku i v nízkém nákladu efektivně zpracovat (a nikomu při tom neplatit za tzv. kliky), i Flex ON před dvěma lety vstoupil do digitálu. Tiskárna má k dispozici tiskový stroj Epson Sure Press L-4033AW, který tiskne tzv. vodním inkjetem; používá inkousty na vodní bázi.

K finalizaci produkce Flex ON využívá řezací a převíjecí stroje kanadské firmy Roto-flex. Jeden z těchto strojů je navíc vybaven vysekávací stolicí pro výrobu tzv. bianco etiket. Další ze strojů je vybaven žiletkovým rozřezem s elektronickou regulací pro zpracování obalových fólií. Na řezání flexibilních obalů se používá řezací stroj Prati, který je vybaven i pro kontrolu kvality tisku. ■

PŘI ZVAŽOVÁNÍ DALŠÍ INVESTICE ZVÍTĚZIL GALLUS TCS 250 NAD MYŠLENKOU POŘÍDIT SI PRODUKČNÍ DIGITÁLNÍ STROJ.

MARTIN CHALUŠ,
JEDNATEL FLEX ON SPOL. S R. O.



Skvělá výkonnost pro malé a střední série, velmi nízké náklady na tiskové formy a špičková kvalita tisku. To byly hlavní důvody, proč Flex ON sáhl po ofsetovém rotačním stroji Gallus TCS.

Gallus TCS 250

Zušlechťování

až **12** tiskových/
zušlechťovacích
jednotek.

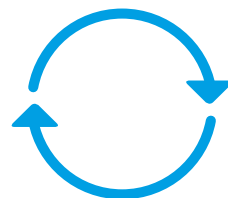
Variabilita formátu

díky semirotačnímu mechanismu.

Obrovská variabilita

použitých technologií v jednom
průchodu: ofset, rotační sítotisk,
lakování, výsek, horká ražba ap.

Skvělá výkonnost
pro malé a střední série.



Rychlá změna
použitých technologií.



Špičková kvalita tisku.

Ideální na graficky náročné etikety.



Úspora

Velmi nízké náklady
na tiskové formy.

Nízká makulatura.



Centrální ovládací pult
s pojezdem podél stroje.

JAK SI VEDE POLYGRAFIE V NĚMECKU?

Rozvoj polygrafie jako technologického oboru a polygrafického průmyslu jako výrobního odvětví je přesvědčivým příkladem postupující globalizace.

Kdybychom hledali příklad skutečně těsných mezinárodních vazeb v technologii i výrobě, lepší příklad než přeshraniční prolínání v polygrafii v Německu a Česku bychom stěží hledali.

S

tačí, když si uvědomíme, jaký vliv v rozvoji polygrafie v Česku sehrál v posledních třiceti letech rychlý vývoj polygrafické technologie ve společnostech, které mají hlavní sídlo v Německu. V obráceném směru každoročně proudí z českých tiskáren k německým zákazníkům mohutný objem naprosto špičkové polygrafické produkce. Těší nás, že značka Heidelberg se na německém trhu stále řadí ke špičce mezi výrobci technologií.

V době, kdy se ve všech pádech skloňuje Průmysl 4.0 včetně robotizace, automatizace a digitalizace, je o to důležitější sledovat trendy, které se prosazují na nejvýspějších trzích, kam Německo rozhodně patří. Jsou to trendy, které ovlivňují vývoj polygrafického oboru u nás. Často se k nám trendy ze západu dostanou s několikaletým zpožděním, ale je dobré mít přehled o tom, co se chystá, a zavčas se připravit na změny. A jaké tedy jsou aktuální trendy

na německém trhu, které mohou zprostředkovaně ovlivňovat i trh u nás?

Údaje z německého trhu

Když nahlédneme do nejnovější zprávy „Marktreport Druckindustrie, Daten und Fakten zum deutschen Druckmarkt“, zaujmou nás především některé základní údaje o velikosti firem a zaměstnanosti. Přibližně 8 000 společností zaměstná asi 135 000 lidí. Na všech vyspělých trzích tvoří početně nejvíce zastoupenou skupinu firmy s nízkým počtem zaměstnanců. Podobně i v Německu odvětví tisku tvoří především malé a střední podniky. Téměř 83 % podniků má méně než 20 zaměstnanců. Většina všech zaměstnanců však pracuje ve společnostech, které mají více než 20 osob. Na opačné straně spektra statistika uvádí devět společností v kategorii s 500 a více zaměstnanci. Tyto velké společnosti zaměstnávají celkem téměř 9 000 osob.

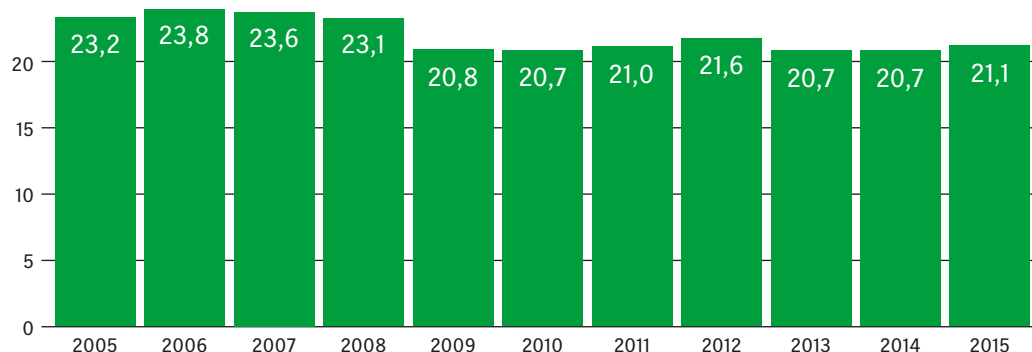
Zaměstnanost je důležitý parametr, ekonomy však víc zajímá obrat, resp. tržby, jaké je polygrafický průmysl v Německu schopen vygenerovat. Ze sledovaného období byl obdobím hojnosti rok 2006 s 23,8 mld. eur. V roce 2009 se v důsledku recese obrat v odvětví meziročně snížil z 23,1 na 20,8 mld. eur. Poté křivka výsledků začala zase pozvolna stoupat (viz graf). Doplňme, že polygrafický trh v České republice má zhruba hodnotu tržeb na úrovni 2 mld. eur. Německý polygrafický trh je tedy více než desetkrát

větší než ten náš. Z ostatních údajů už jenom telegraficky: 41,4 % produkce tvoří reklama a katalogy; největší podíl ve struktuře používaných technologií dosáhl v loňském roce s 25,8 % archový ofset. Jako všude, tak i v Německu roste podíl digitálu, z 9,5 % v roce 2008 se zvýšil na 17 % v roce 2018.

Náš tým v Heidelbergu Praha se již mnohokrát přesvědčil, že trendy, které působí na německém trhu, se dříve či později prosadí i na našich trzích. V obchodní politice a jejím každodenním provádění se i proto snažíme vyjít co nejvíce vstříc měnícím se požadavkům našich zákazníků. ■

Zdroj: BVDM

Obrat polygrafického průmyslu v Německu (mld. euro)



PRVNÍ INSTALACE DIGITÁLNÍHO TISKOVÉHO STROJE VERSAFIRE EV

Podle Radka Kuklíka zatím nenastala doba, že by digitální tisk nahradil ofset. Ale nastal čas, kdy se obě technologie začínají propojovat. V TNM PRINT s. r. o. hledali cestu, jak spojit tradiční a digitální tisk, a našli ji. Jmenuje se Versafire EV.

V tiskárně se sídlem v Novém Městě u Chlumce nad Cidlinou vyrábějí knihy, časopisy, brožury, katalogy a merkantil. Za rok úspěšně realizují na 3 000 zakázek. Mezi stálé klienty patří tuzemské i zahraniční nakladatelské domy. Heidelberg Versafire EV je zatím posledním přírůstkem do strojového parku tiskárny. Hlavním důvodem pořízení byla výměna menšího formátu ofsetového stroje B3, který nebyl v tiskárně dostatečně vytěžován, za stroj digitální. Versafire EV je v tiskárně v provozu od srpna 2019. Současně zde proběhla přes léto i přístavba nové haly určené pro knihařské zpracování.

Důležitým rozhodovacím faktorem pořízení Versafire EV byla schopnost kvalitně potiskovat materiály určené pro knižní průmysl a kvalita tisku samotného na běžně potiskovatelné materiály. Versafire EV v konfiguraci CMYK + 5. barva (čirý toner, bílá, NeonPink) tiskne v TNM PRINT nižší náklady obálek, katalogů, potahy na V8 vazby, obálky na V2 vazby a další. Mezi přednosti stroje patří tisk na dlouhý formát, tisk na exkluzivnější povrchy – například strukturované papíry větších gramáží, konkrétně na plátno. Co se týče páté barvy, využívají v TNM PRINT tisk bílou jako podkladovou i finální barvu. Další typy 5. barvy jsou zatím ve fázi testování, nicméně už nyní se otevírají nové možnosti, zejména v rámci dalšího zušlechťování klasických produktů, jako jsou obálky na knihy.

Ačkoli je Versafire EV v provozu zatím krátkou dobu, už teď se výborně osvědčil. Ředitel Radek Kuklík si pochvaluje krátké lhůty přípravy stroje, jeho vysokou flexibilitu, nebo že lze rychle provést řadu testů, což platí hlavně pro speciální materiály, po nichž je v současné době velká poptávka. V tiskárně TNM PRINT panuje spokojenost s podporou dané technologie, které se jí dostává od firmy Heidelberg. Podpora se týká nejen dodávek spotřebního materiálu, ale také technické pomoci při testech tisku na různé materiály. V neposlední řadě i zprostředkování odkupu staršího ofsetového tiskového stroje. ■



UNIVERZÁLNY STROJ, KTORÝ BODUJE NA SLOVENSKU

Pri vývoji stroja Speedmaster CX 75 sme vzali to najlepšie zo špičkovej konštrukčnej rady XL 75 a upravili tak, aby to dávalo zmysel pre stredné a menšie tlačiarenské podniky. Po uvedení tohto stroja sme si boli istí, že ide o naozaj unikátny počin. A myslia si to aj naši zákazníci, kde jeho služby už využívajú viaceré tlačiarne na Slovensku. My sme sa snažili zistiť, ako sú so strojom spokojné, či splnil ich očakávania a požiadavky, a aké im ponúka výhody.

m

monitoring nových technológií a potreba zvyšovania efektivity tlače v moderných firmách ovplyvňujú aj rozhodovacie procesy pri nákupe nových strojov. Najnovší univerzálny prírastok do rodiny Heidelberg neunikol pozornosti viacerých tlačiarň na Slovensku. V roku 2019 prebehli celkovo tri inštalácie Speedmaster CX75 na našom území. Podľa Ľuboša Beka, Sales Managera spoločnosti Heidelberg na Slovensku, sa za inštaláciami skrýva jednoznačný záujem klientov do investovania do moderných technológií, ktoré sú nevyhnutné z hľadiska udržateľnosti sa na výrazne dynamickom trhu. Dôvodom úspechu je podľa neho aj všestrannosť stroja s výrazne inovatívnymi prvkami. Všetky tri inštalácie však majú jedného spoločného menovateľa. Tým je fakt, že boli prevedené v rôznych konfiguráciách. „Tento fakt poukazuje na výraznú diverzifikáciu nielen

požiadaviek klientov, ale aj univerzálnosti tohto moderného stroja, ktorý pokrýva klasickú komerčnú tlač UV, ale aj obalový priemysel,“ dodáva skúsený obchodník.

V podstate neexistujú žiadne zákaznícke požiadavky v oblasti tlače, ktoré by stroj nedokázal spracovať. Pre tlačiarne, ktoré potrebujú jednoducho, rýchlo a efektívne spracovávať veľké množstvo rôznych druhov zákaziek, je Speedmaster CX 75 ideálny. Vďaka dvojnásobným protitlakovým valcom a dvojnásobným transferovým bubnom hravo zvládne v špičkovej kvalite tenké papiere od 0,03 mm aj tuhé kartóny až do 0,8 mm. A to v reálne dosahovanej produkčnej rýchlosti až 15 000 hárkov/h. Akokoľvek sa jedná o tradične precízne dielenské spracovanie a robustnú konštrukciu, stroj nezaberie príliš veľa miesta. Dizajnéri si dali záležať na kompaktnosti stroja – ide o jeden z priestorovo najúspornejších strojov vo svojej kategórii so šírkou iba 2,8 m.

To, že CX 75 dokáže v praxi naozaj zlepšovať výkon a efektívnosť celého tlačiarenskeho procesu, potvrdil aj Rastislav Hrudál, riaditeľ košickej tlačiarne Print4U. „Kúpou najnovšieho stroja CX 75 sme eliminovali nedeľnú prevádzku v tom zmysle, že tlačiarne už

**KÚPOU CX 75 SA NÁM ZVÝŠILA
PRODUKTIVITA MINIMÁLNE O 20 %.**

SOŇA MARONOVÁ,
RIADITEĽKA SPOLOČNOSTI GRIFIS PRINT

v nedeľu nepracujú. Takto sme sa snažili eliminovať náklady. Stroj sme si zakúpili začiatkom roka a sme s ním nadmieru spokojní. Spolupráca so spoločnosťou Heidelberg je dlhodobá a korektná, máme od vás aj ďalšie technológie. Najviac mi na vašej spoločnosti imponuje to, že sa snaží vyrábať efektívne prístroje s ohľadom na životné prostredie.“

To najlepšie na CX 75 sú ale úspory. Naši zákazníci, ktorí Speedmaster CX 75 využívajú, sa mohli presvedčiť aj o týchto zaujímavých faktoch. Príprava zákazky je bleskurýchla – od jednej zákazky po prvý „OK hárok“ nasledujúcej zákazky trvá menej ako 5 minút a s minimom makulatúry. Zákazník šetrí čas aj materiál. Najrýchlejší možný umývací program netrvá viac ako minútu. Znížením obsahu alkoholu vo zvlhčovacom roztoku z desiatich na tri per-





centá je možno ušetriť až 265 litrov isopropylalkoholu (IPA) na každých desať miliónov potlačených archov. Ekologické hľadisko Speedmaster CX 75 zase zohľadňuje pri využití iba 1 cl roztoku na každý umývací cyklus tlačových gúm.

Ďalšia z firiem, ktorá využíva CX 75, je aj bratislavská tlačiareň GRIFIS PRINT. Ponúka služby v oblasti plnofarebnej ofsetovej tlače, jednofarebnej tlače, povrchové úpravy a knižárske spracovania. O svoje názory na nový stroj sa s nami podelila riaditeľka spoločnosti pani Soňa Maronová. Prezradila, že CX 75 objednali v januári 2019 a samotná inštalácia prebehla v máji tohto roku. „Pre kúpu tohto stroja sme sa rozhodli, pretože to je z nášho pohľadu nadčasový stroj a novinka. So spoluprácou so spoločnosťou Heidelberg sme nadmieru spokojní, nepremýšľali sme nad žiadnou inou značkou.“

V čom vidia majitelia tlačiarne najväčšie výhody a aké produkty na ňom najčastejšie tlačia? „Tlačíme na ňom najmä katalógy a všetky druhy tlačovín. Za najväčšiu devízu považujeme rýchlosť a spoľahlivosť. Kúpou CX 75 sa nám zvýšila produktivita minimálne o 20 %.“ Ako prebiehala samotná inštalácia priblížila pani Maronová nasledovne: „Už pri samotnej montáži som bola prekvapená, že všetko prebehlo bez problémov a podľa naplánovaného časového harmonogramu. Samotné školenie bolo na najvyššej profesionálnej a zároveň zrozumiteľnej úrovni. Od Heidelbergu máme aj ďalšie stroje ako CTP, falcovačku alebo rezačky a tešíme sa aj na ďalšiu spoluprácu v budúcnosti.“

Spokojnosť klienta je na prvom mieste. Preto sa snažíme pristupovať ku každému zákazníkovi individuálne a prostredníctvom kvalitného servisu. Podľa spätnej väzby od majiteľov tlačiarne, kde prebehla inštalácia Speedmaster CX 75, je zrejmé, že nedajú na nový stroj dopustiť. „Klienti sú s technológiami veľmi spokojní. Ihneď po inštalácii boli stroje naplno vyťažené a keďže obmenili staršie technológie, tak vnímajú inovácie na stroji CX 75 ako obrovský prínos v oblastiach automatizácie, zvýšenia efektivity v tlačovom procese, kvality tlače a spoľahlivosti stroja s veľkým potenciálom na ušetrenie nákladov,“ uvádza Ľuboš Beko. Pokračuje pozitívnymi vyhládkami na rok 2020, kde by mohlo pribudnúť niekoľko nových spokojných užívateľov CX 75. „Momentálne sme v kontakte s ďalšími klientami, ktorí majú záujem o stroje CX 75, a pevne verím, že v dohľadnej dobe tieto projekty pretavíme do úspešného projektu. Mojim cieľom je, aby naši klienti boli úspešní v polygrafickom priemysle vďaka investovaniu do technológie strojov Heidelberg CX 75, a tým pozitívne ovplyvňovali aj budúcich potenciálnych klientov spoločnosti.“ ■

OBALY & ETIKETY

„Kľúčové je, aby technológia bola flexibilná. Hlavné z dôvodu, že produktívny čas na stroji, kedy skutočne tiskne, je asi len 25 % z celkového času.“

JOSEF CHALUPNÝ
JEDNATEĽ
RONDO OBALY S. R. O.

STRANA 50

Strana 13

Za etiketami na Labelexpo do Bruselu aneb aktuální trendy.

Strana 40

Flex ON s tiskovými stroji Gallus a najnovějším přírůstkem Gallus TCS 250.

TISK VARIABILNÍCH DAT PRO ZAČÁTEČNÍKY

Pokud chcete personalizovat jména a adresy mailingových kampaní nebo třeba ceny a fotografie v letáčích a brožurách, použijete metodu tisku variabilních dat. Jak to ale přesně funguje? Variabilní tisk dat (VDP) umožňuje personalizovat e-mailové kampaně, brožury a další tiskoviny již v průběhu digitálního tisku. Rozmístění jednotlivých prvků stránky, jako jsou logo společnosti, ilustrace a textové bloky, obvykle zůstává stejné ve všech kopiích a tvoří základní dokument. Ten je doplněn variabilními (proměnnými) daty, která jsou pro každou kopii jiná. Zdrojem proměnného obsahu, jako jsou jména, adresy zákazníků, tabulky, obrázky a barvy pozadí, obvykle bývají databáze nebo excelovské tabulky.

TIPS & TRICKS

Titul | Jméno | Příjmení | Adresa | PSČ / Město ...

Titul | Jméno | Příjmení | Adresa | PSČ / Město ...

Titul | Jméno | Příjmení | Adresa | PSČ / Město ...

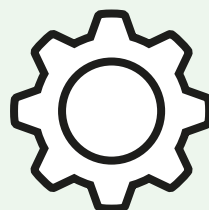
Titul | Jméno | Příjmení | Adresa | PSČ / Město ...

Titul | Jméno | Příjmení | Adresa | PSČ / Město ...

Titul
Jméno Příjmení
Adresa
PSČ / Město

PROPOJENÍ ZÁSTUPCŮ S VARIABILNÍMI DATY

Všichni potřební zástupci, do kterých budou umístěna data, jsou nejprve definováni ve statickém základním dokumentu. Sami pak musí být propojeni s příslušnými variabilními daty. Pokud jsou tato data obsažena například v tabulce aplikace Excel, lze do zástupců přímo propojit obsah jednotlivých sloupců nebo řádků. Pro sloupce se pak obvykle používají popisky, např. <jméno> nebo <příjmení>.



**MS WORD
INDESIGN
VDP**

JAKÉ SOFTWAREOVÉ PROGRAMY LZE K TOMU POUŽÍT?

K propojení základního dokumentu s variabilními daty lze použít funkci hromadné korespondence (mail merge) MS Word či Adobe InDesign s příslušnými zásuvnými moduly a speciálními programy VDP. Hlavní rozdíly mezi programy spočívají v rozsahu funkcí. Např. InDesign podporuje pouze textové proměnné, ale pro obrázky jsou k dispozici zásuvné moduly (plugíny). Software VDP nabízí nejširší škálu funkcí. Umožňuje určit další prvky, které mají být nahrazeny, např. barvy a písma, a definuje pravidla zpracování, jako je automatické vkládání zalomení řádků po předem určeném počtu znaků.

RiP

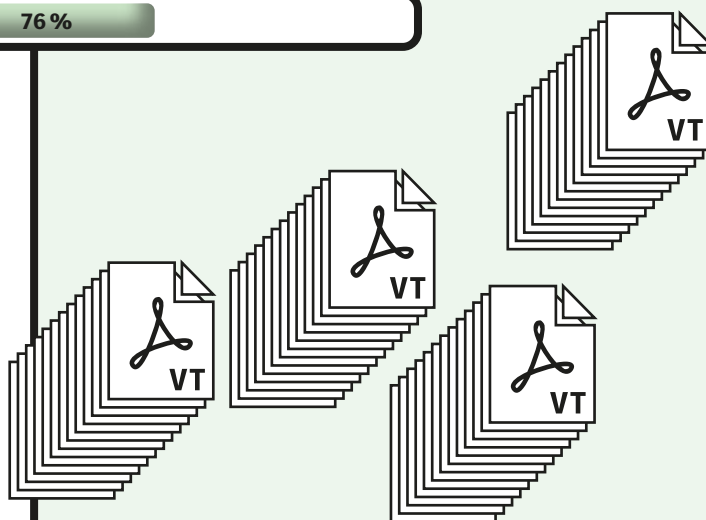
JAK PŘEKONAT ÚZKÉ HRDLO – FORMÁT URČUJE DOBU ZPRACOVÁNÍ

Inteligentní použití optimalizovaných výstupních formátů výrazně zkracuje dobu zpracování (ripování). Statická data, která vždy zůstávají stejná, se zripují pouze jednou a nahradí se pouze proměnný obsah. Jak efektivní je tento proces a podpořené funkce ripování, závisí na výstupním formátu základního dokumentu. Doporučeny jsou formáty neutrální pro výrobce, jako je PPML nebo PDF/VT. Ten je současným standardem VDP (ISO 16612-2:2010) a nabízí výhody, jako je rychlé vykreslení, průhlednosti, vrstvy a ICC barevné profily.

76 %

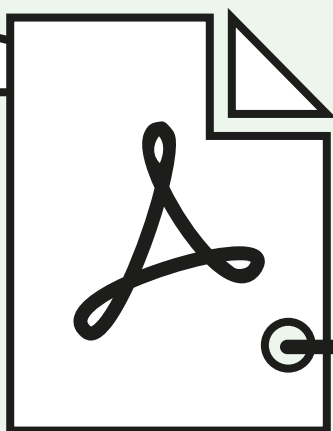
PDF/VT – KOMPAKTNÍ SOUBORY A VYSOKÁ PROPUSTNOST TISKU

Mnoho VDP programů může exportovat soubory ve formátu PDF/VT, a tak umožnit oddělené zpracování statického a variabilního obsahu. Opakující se prvky v základním dokumentu jsou převedeny a uloženy pouze jednou. Aby bylo možné přizpůsobit osmistránkový leták v níže uvedeném příkladu, nahrazují se při zripování pouze variabilní data pro každou datovou sadu a kombinují je se statickým obsahem. Šetří se tím čas a peníze, protože se zpracovává mnohem méně dat a lze použít méně výkonný ripovací systém. PDF/VT tak obsahuje pouze osm statických stránek a variabilní data jsou od nich oddělena – je to lepší než 8 000 úplných stránek!



VELKÉ SOUBORY ZPOMALUJÍ ZPRACOVÁNÍ VE FORMÁTU PDF

InDesign umí ukládat data pouze do formátu PDF, a proto vždy uloží celý popis stránky. V průběhu tisku variabilních dat (VDP) to znamená, že se pro každou personalizovanou verzi vygeneruje kopie úplného základního dokumentu – i když jedinou změnou je pouze jméno a adresa na první stránce. Výsledkem jsou obrovské soubory, které pro zripování a ukládání potřebují mnoho času a vysoký výkon. Například osmistránkový leták s 1000 sadami dat vytváří 8 000stránkové PDF a tomu také odpovídá dlouhý čas zpracování (riping).





VÝROBA FARMACEUTICKÝCH OBALŮ

Rondo obaly s. r. o. působí na českém trhu od roku 2006, kdy byl postaven na zelené louce závod v Ejpovicích u Plzně. Tiskárna se specializuje na tiskové produkty určené pro farmaceutický průmysl. Jaká zde platí pravidla, jací jsou zákazníci i aktuální trendy v daném segmentu, nám přiblížil Josef Chalupný, jednatel.



r

ondo obaly s. r. o. začínaly s jednou výrobní linkou – jedním tiskovým strojem, výsekem a lepičkou – v počtu 35 zaměstnanců. Postupně se firma rozrostla do dnešní podoby, kdy poslední rozšíření o další výrobní linku (navýšení o 30 % výrobní kapacity) proběhlo na přelomu roku 2018/2019. Společnost Rondo obaly spadá do fondu Körber – skupina, která zahrnuje několik divizí, například tabákovou, logistickou nebo Medipak system. Do poslední jmenované patří Rondo Evropa. Kromě závodu v Ejpovicích mají ještě druhou továrnu ve Švýcarsku. V současnosti pracuje v Rondo obaly přes 200 zaměstnanců a vyrobí ročně na 450 milionů krabiček.

Zaměření a produkce

Cílem společnosti je poskytovat zákazníkům ve farmácii plný servis od softwaru, přes technologická řešení (balicí linky, skládací automaty), system security (ochrana před zneužitím), až k tisku obalů. Rondo obaly jsou specifické i v tom, že 99 % zakázek jsou výrobky, jež si nekoupíte v běžných obchodech, ale které dostanete pouze v lékárnách na předpis. Hlavní odlišností tiskových produktů je, že se nezaměřují na barvy a líbivost (jako běžné komerční tiskoviny), ale soustředí se na detail, kvalitu, ochranné prvky a zajištění trasovatelnosti (škálovatelnost). Přes 80 % veškeré produkce firmy je určeno pro export. Tomu nahrává i vhodné strategické umístění společnosti Rondo obaly v Ejpovicích.

Technologie a spolupráce se společností Heidelberg

Spolupráce mezi firmou Rondo obaly v a Heidelbergem započala roku 2012, kdy byla v ejpovickém závodě instalována kompletní produkční linka sestávající z tiskového stroje v B1 formátu Heidelberg Speedmaster XL 106, automatického výsekového stroje Dymatrix 106 CSB a lepičky krabiček Diana X 80. „Po mimořádně dobrých zkušenostech s prvním tiskovým strojem, který pro firmu znamenal výrazný nárůst spolehlivosti a produktivity produkce, pořídili v Rondo obaly přesně před rokem druhý stroj Speedmaster XL 106,“ řekl Josef Chalupný. V obou případech se jedná o stroj s osmi tiskovými jednotkami a lakováním. Oba stroje jsou vybaveny in-line systémem spektrálního měření barevnosti a soutisku Prinect Inpress Control a dalšími sofistikovanými funkcemi, jako je například in-line systém kontroly kvality Inspection Control. K pořízení druhého stroje došlo především z důvodu navýšení produkce a zastupitelnosti. K dalším důvodům pořízení patří rozhodně spokojenost s výrobky Heidelberg, včetně špičkového servisu a podpory. „Nezanedbatelným faktorem je zde i to, že právě společnost Heidelberg přišla s návrhy řešení ke zvýšení produktivity dalšího stroje: s optimalizacemi a SW i HW vylepšeními zvyšující jak produktivitu, tak především flexibilitu oproti již stávajícímu tiskovému stroji,“ doplnil Josef Chalupný. Určitě není bez zajímavosti ani to, že drtivá většina zakázek (více než 95 %) je v Rondo obaly tištěna pomocí přímých barev definovaných zákazníkem.

Tisk pro farmaceutický průmysl a chytré tiskoviny

Rondo obaly jsou sice z jednoho úhlu pohledu běžnou ofsetovou tiskárnou. Na druhou stranu, jejich produkce se oproti jiným výrazně liší velkou flexibilitou a důrazem na pokrytí malých sérií. Průměrná série tisku v počtu archů je kolem 3500 na zakázku v segmentu běžného obalářského ofsetu. Standard se přitom pohybuje někde okolo 11–15 tisíc archů na běžnou tiskovou zakázku.

V Rondo obaly se zaměřují na neustálý vývoj výrobků. Jedním z trendů jsou chytré aplikace s využitím virtuální reality. Vyrábějí krabičky, v nichž jsou integrovány nové funkce. Informacemi prostřednictvím podpůrných videí počínaje, přes využití virtuální reality (otevření krabičky, obsah krabičky ap.), dále instrukce a manuály v různých jazykových mutacích, až k pokročilým ochranným prvkům zaměřeným nejčastěji na starší lidi nebo na malé děti. Sem spadá konkrétně ochrana proti padělání nebo proti narušení obalu, zabránění dětem v přístupu k lékům či farmaceutické obaly vhodné a snadno použitelné pro seniory. Využívá se zde různých typů kódů, jako jsou QR kódy, klasické čárové kódy, 3D kódy a další.

Průmysl 4.0: Digitalizace, automatizace, personalizace

Jednu z nosných strategií společnosti představuje digitalizace. „Farmacie je v tomto směru do velké míry limitovaná. Ve švýcarském závodě dokonce již mají – zatím ve fázi testování – prototyp digitálního inkjetového stroje Heidelberg Primefire. Největším

O technologiích

„Pro nás je klíčové, aby technologie, kterou kupujeme, byla hodně flexibilní. Především z toho důvodu, že produktivní čas na stroji – tedy kdy stroj skutečně tiskne – je asi jen 35 % z celkového času. Optimalizace je tedy velice důležitá hlavně v přestavbách. Smíšení zakázek je ve farmácii ten největší strašák. Dokonce nemůžeme většinou kombinovat ani stejné výrobky na archu, je-li tam byt jen jiná jazyková mutace. Je to vždy na dohodě se zákazníkem a naši zákazníci jsou v tomto ohledu velmi striktní. Druhým klíčovým faktorem je kompatibilita s předchozím strojem, tedy vzájemný backup.“

JOSEF CHALUPNÝ,
JEDNATEL SPOLEČNOSTI
RONGO OBALY S. R. O.



► problémem je dostat technologii k zákazníkovi, neboť akceptační proces je zde běh na dlouhou trať. Trvá měsíce, než dojde ke schválení byť jen změny laku, natož změny technologie tisku,“ vysvětlil Josef Chalupný. Běžný schvalovací proces, tzv. „change control“, je ze strany zákazníka 6 měsíců, jde-li vše dobře. Zákazníci ve farmácii jsou zkrátka velice konzervativní a chtějí za své peníze hlavně stabilitu a jistotu. Jakákoliv změna znamená velké riziko. Velice vážně a důsledně řeší v Rondo obaly nové možnosti automatizace s přesahem do robotizace. Mají již vypracovaný projekt. Hlavně v oblasti plné automatizace celého logistického procesu za lepičkami, tedy ukládání na palety. V běžných obalářských tiskárnách se operuje v rámci návrhů řešení automatizace se stovkami různých typů balení a možností uložení na paletu. S veškerou kombinatorikou, kterou zohlednili v Rondo obaly v rámci své

produkce, se dostali na 950 možností uložení na paletu! „Řešit se musí, kde bude poslední krabice, jak bude uložena, jak natočena, kde budou etikety. Navíc, v podstatě každý výrobek je jiný,“ zdůraznil Josef Chalupný. Automatizace tedy rozhodně ano, i když v rámci typických zakázek je to pro Rondo obaly komplikované.

Lidé, budoucnost a plány

Plzeňský region má nejnižší nezaměstnanost v rámci celé ČR (okolo 1,5 %), čemuž z velké míry nahrává i fakt, že není průmyslově vyhraněný. Je zde zastoupeno více druhů průmyslu a sehnat pracovníka na konkrétní pozici není snadné. I přesto se volné pozice obsadit daří. Například v loňském roce navýšili v Rondo obaly stav lidí o 30 %. Přesto pan jednatel Chalupný potvrzuje problém s odborností – typicky nedostatkem tiskařů. Pozitivní zprávou je, že z dlouhodobého hlediska fluktuace lidí Rondo obaly netrápí.

Většina vývoje nejde směrem do kvality tisku co do systosti barev, ale spíše se do tisku implementují různé speciální body, či-

telné jen pod speciálním zařízením zákazníka, který tak může 100% identifikovat výrobek. Hlavní je důraz na trasovatelnost, zajištění a zabezpečení výrobku. Silným trendem je tlak na bezpečnostní prvky, aby nebylo snadné výrobek snadno falzifikovat. Druhou věcí je samotná kontrola bezpečnostních prvků. V Rondě obaly pravidelně inovují, upgradují technologie a zařízení (stroje nemají starší 10 let). Stále vylepšují a implementují nejnovější aplikace, technologie pro kontrolu, ale také vyvíjejí nové bezpečnostní prvky a testují je pro využití na nové materiály. Vzhledem k tomu, že primární zaměření je na mikrotext a pokročilé ochranné prvky, plánují investice například do nového CtP systému. Dále pracují na projektu zdvojnásobení produkce, což znamená jak výstavbu nové haly, tak zdvojnásobení technologického vybavení. ■

IDEÁLNÍ ZAMĚSTNANEC BY BYL TAKOVÝ, U NĚHOŽ BY SE PODAŘILO SKLOUBIT SCHOPNOST NĚMECKÉ ORGANIZACE A ČESKÉ IMPROVIZACE.

JOSEF CHALUPNÝ,
JEDNATEL SPOLEČNOSTI RONDO OBALY S. R. O.



EDISON SNIL O SVĚTLUŠKÁCH

Co mají společného vynálezce Edison a světlušky? Studené světlo. Světlušky jsou jeho ideální zdrojem, což Edisona fascinovalo a snil o tom, že by člověk mohl takové světlo jednou vytvořit. Právě tato myšlenka stála u zrodu nevšedních obalů pro LED žárovky běloruské společnosti prodávající elektrické zařízení.

Autorka designu obalu, Angelina Pischikova, je přesvědčená, že dobrý obal má promyšlený funkční design, je ekologický, příjemný na dotek, poskytuje informace a přitahuje oči zákazníka. Přesně to vše se skrývá ve „hmyzích“ obalech pro LED žárovky. Důkazem, že se jí podařilo navrhnout a realizovat opravdu funkční a designově originální, avšak oči přitahující obal, budiž i výsledek prodeje žárovek. S novými obaly se prodeje za první měsíc zvýšily o 40 %.

Obal s jednoduchou grafikou elektrického obvodu, s monotónními ilustracemi hmyzu a čistotou celého designu umožňuje vyniknout samotnému produktu, a zároveň ho kreativně zapojit do celého konceptu obalu, kdy žárovka tvoří tělo hmyzu. ■



HEIDELBERG NA SÍTI

V dnešní době probíhá komunikace často jen digitálně.

Při komunikaci se zákazníky už dávno nestačí pouze e-mail, ale je dobré využívat i další on-line kanály, jako jsou právě sociální sítě. A protože my s vámi našimi zákazníky moc rádi komunikujeme, naskočili jsme na on-line sociální vlnu a dnes už jsme nejen na Facebooku, ale také na Instagramu a Youtube. Pomocí těchto on-line kanálů s vámi sdílíme každodenní všední i nevšední zážitky a postřehy z polygrafického světa. A že jich je! Ty nejoblíbenější příspěvky z našich sítí vám přinášíme v tomto přehledu. A aby vám už žádné další příspěvky neunikly, sledujte nás na našich on-line kanálech.

FACEBOOK

@heidelbergCZSK



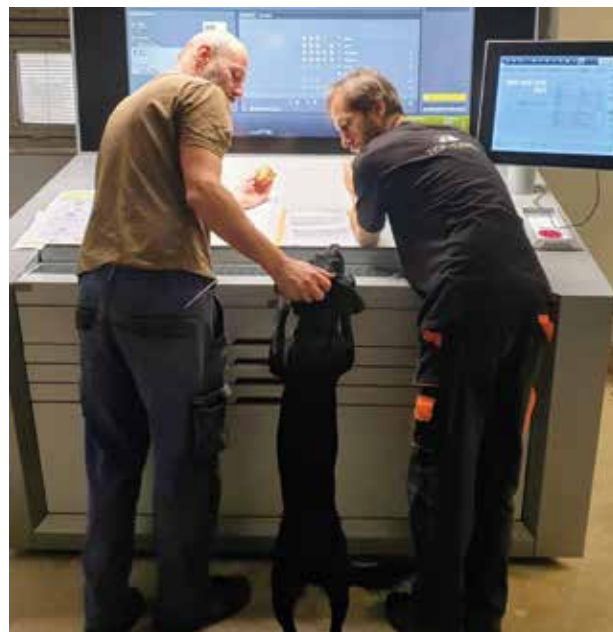
Při školení tiskařů není o zajímavé situace nouze. Tentokrát se školení v ústecké tiskárně Tisk Horák zúčastnil i hafan Teddy, který i přes značnou jazykovou bariéru vše rychle pochopil a našel s naším tiskovým instruktorem Michalem společnou řeč. Není nad společnou svačinu.

Přes 300 sledujících.



Heidelberg CZ & SK

Zaškolování tiskařů probíhá podle plánu. Všichni jsou velmi pozorní a učenliví. V neděli rozjždíme třísměnný provoz.



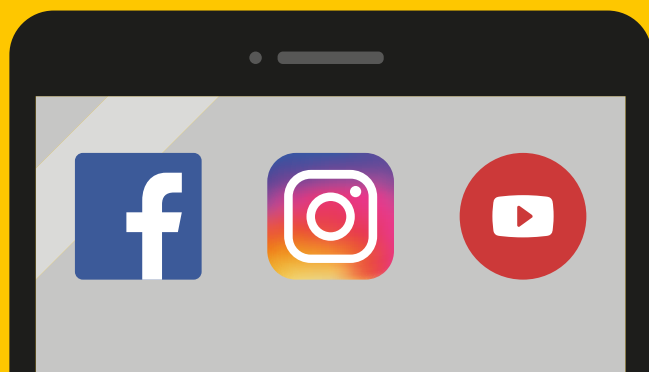
To se mi líbí



Okomentovat



Sdílet





INSTAGRAM

@heidelbergczsk



Dbáme na to, aby tiskaři u našich tiskových strojů dobře vypadali! K tomu do tiskáren rádi vozíme dárky a děláme tak našim zákazníkům a jejich zaměstnancům radost. A jak vidíte v příbramské tiskárně PBtisk, tričko s našim logem je nejen slušivý, ale i praktický dárek.

Přes 1400 sledujících.

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

YOUTUBE

@Heidelberg CZ & SK



Nové video pro zákazníky z Čech a Slovenska prezentuje automatizaci řezání v praxi. Zatímco obsluha automatické linky POLAR Pace nakládá papír určený k řezání, systém už sám řeže dle nastaveného programu první várku a následně linka nařezané bloky automaticky naskládá na paletu.

Přes 100 zhlédnutí.



Řezačka Polar – automatizace v řezání



Heidelberg CZ & SK

ODEBÍRAT

AKCE

LEDEN

- 7.–9. 1. Viscom (Düsseldorf, Německo)**
Mezinárodní veletrh vizuální komunikace
- 30. 1. Reshoper (Praha)**
Veletrh a konference pro e-commerce komunitu

BŘEZEN

- 12.–13. 3. Lepičky Diana (Nové Město n. Váhom, Slovensko)**
Akce pro zákazníky ve výrobním závodu Masterwork
- 24.–26. 3. LOPEC (Mnichov, Německo)**
Výstava a konference o tištěné elektronice

DUBEN

- 20.–23. 4. Embaxprint (Brno)**
Veletrh obalů a tisku při potravinářském veletrhu Salima
- 28.–30. 4. Reklama Polygraf Obaly (Praha)**
27. ročník veletrhu reklamy, polygrafie, obalů a inovativních technologií

KVĚTEN

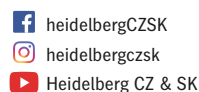
- 7.–13. 5. Interpack (Düsseldorf, Německo)**
Mezinárodní obalářský veletrh
- 14.–17. 5. Svět knihy (Praha)**
26. mezinárodní knižní veletrh a literární festival

ČERVEN

- 16.–26. 6. drupa (Düsseldorf, Německo)**
Mezinárodní veletrh polygrafického a mediálního průmyslu



Další zajímavé akce a mnohem víc
najdete na našich sociálních sítích



#SmartPrintShop



PRINECT PRODUCTION MANAGER



Cesta k vyšší produktivitě a zisku vede přes zvyšování automatizace.

Workflow Prinect zásadně zjednodušuje výrobní procesy, snižuje potřebu manuálních zásahů do toku zakázky, zvyšuje celkovou produktivitu výroby a zajišťuje Vaši kontrolu nad veškerými procesy v tiskárně.

Začněte těžit z digitalizace světa.



HEIDELBERG



Heidelberg Praha spol. s r.o.
Šafránkova 1243/3, 155 00 Praha 5
www.heidelberg.com/cz

