

Heidelberg

**První XL 75
Anicolor v ČR
v tiskárně Rain.**

Více na str. 20

**KDO JE DOBŘEJ,
SLEVOMAT
NEPOTŘEBUJE,**

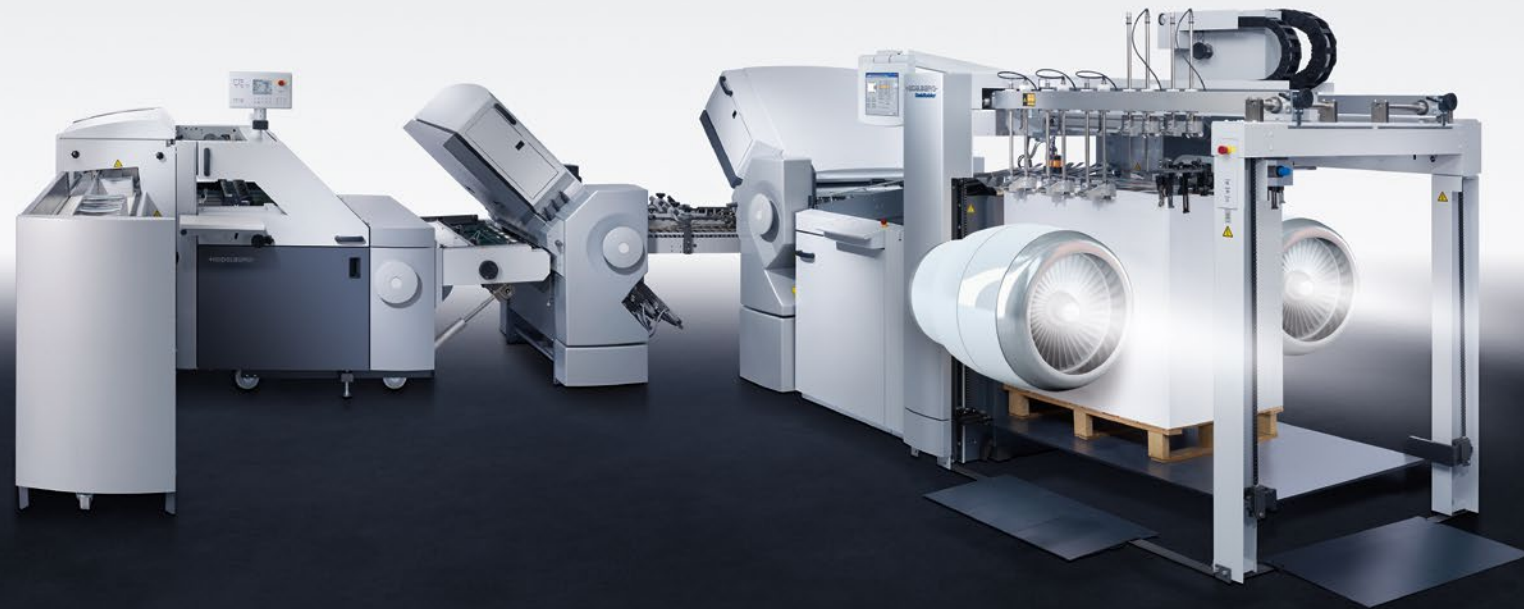
říká Robert Helbich v rozhovoru na str. 8

**LED UV –moderní,
levná a šetrná
aplikace UV.**

Více na str. 27

Nejrychlejší skládací stroj na trhu!

Stahlfolder TX/KX: až 50 000 taktů/hod.



Stahlfolder TX/KX

- extrémní rychlost 30 000 taktů/hod. kapsového stroje
a až 50 000 taktů/hod. nožové jednotky
- jediný plně automatizovaný skládací stroj na trhu
- nejrychlejší nastavení na zakázku
- rozsah zpracovatelných materiálů od 40 g/m² do 250 g/m²

HEIDELBERG

Heidelberg

OBSAH

UDÁLOSTI

4–5 Domácí a zahraniční aktuality

Z TRHU

6–7 Nejproduktivnější aneb XLka v České republice

ROZHOVOR

8–15 Tiskárna musí mít sebedůvěru
(Robert Helbich, Tiskárna Helbich, a.s.)

20–23 Kompletní tiskárna
(Petr Zeman a Petr Růžička, RAIN tiskárna s.r.o.)

TECHNOLOGIE

16–19 Diana Smart – chytrý skládací stroj

24–25 Materiály v digitálním tisku

27–29 LED UV

Z HEIDELBERGU

26 Quality Assured by Heidelberg

30–31 Ohlédnutí za jednou dekádou

KALEIDOSKOP

32 Kalendář akcí

Vydavatel Heidelberg Praha spol. s r.o., Šafránkova 1243/3, 155 00 Praha 5,
www.heidelberg.cz, telefon: +420 225 993 270, +420 602 565 809, e-mail:
marketing.cz@heidelberg.com **Grafická úprava** Identita s.r.o. **Distribuce**
SEND předplatné spol. s r.o. **Náklad** 900 ks (ISSN 1803-1722)

Na drupě s digitální B1?

Jason Oliver, vedoucí digitální divize Heidelbergu pro časopis PrintWeek potvrdil, že na drupu 2016 Heidelberg plánuje představit nový B1 archový digitální tiskový stroj. Stroj by měl být založen na platformě ofsetového stroje, doplněn ink-jetovými hlavami Fujifilm Samba. Stroj by měl tisknout v nativním rozlišení 1200x1200 dpi ale rozlišení bude moci být sníženo pro zvýšení rychlosti tisku. „Prioritou vývojářů Heidelbergu je skvělá tisková kvalita, srovnatelná s ofsetem.“, říká J. Oliver. Dodejme, že stroj bude cílit především na výrobce skládaných obalů. <#>

www.printweek.com

Skvělé první pololetí

Heidelberg zaznamenal v prvním pololetí tohoto fiskálního roku (4-9/2015) výborných výsledků. Zdá se, že restrukuralizační opatření začínají přinášet zlepšení, a to jak v prodejích, tak hospodářském výsledku firmy. Na pozitivní čísla měl vliv zlepšený prodej, ale také akvizice obchodní skupiny PSG, úspěšný veletrh v Číně a také pozitivní kurzový vývoj. Prodeje za první pololetí dosáhly 1162 mil. Euro (996 mil. v roce 2014) a přijaté objednávky 1323 mil. Euro (1167 mil. v r. 2014). Výrazně se zlepšil provozní výsledek firmy - EBITDA dosáhl úrovně 79 mil. Euro (53 mil. v r. 2014) a EBIT 43 mil. Euro (19 mil. v r. 2014). Heidelberg zaměstnává 11753 osob (12393 v r. 2014). <#>

Osmibarvové XL 106 „u Horáka“

Ústecká tiskárna pana Milana Horáka (Tisk Horák a.s.) byla vždy vidět. Když jako první v ČR pořídila „dlouhý“ ofseto-

ŠEST NOVÝCH ZASTOUPENÍ V EVROPĚ



Převzetím skupiny PSG získává Heidelberg nová přímá zastoupení v Nizozemsku, Belgii, Lucembursku, Španělsku, Itálii a Řecku.

Heidelberg převzal v letošním roce pod svá křídla obchodní skupinu European Printing Systems Group (PSG), která na dealerské bázi zajišťovala prodej a servis technologií Heidelberg v některých státech Evropy. Převzetím této skupiny Heidelberg posílil svou pozici především v oblasti servisních služeb a spotřebních materiálů.

Heidelberg tak získal přímá zastoupení v Nizozemsku, Belgii, Lucembursku, Španělsku, Itálii a Řecku, čítající dohromady asi 400 zaměstnanců. Ve všech případech se jedná o zastoupení s velmi dobrou a silnou pozicí na trhu. Vždyť dealerská spolupráce s Heidelbergem trvala v těchto zemích desetiletí. Například belgická společnost Plantin, která je členem skupiny PSG spolupracuje s Heidelbergem již od roku 1927! Začlenění skupiny PSG do struktury Heidelbergu reprezentuje nárůst obrátu zhruba o 130 mil. Euro (především v oblastech servisu a spotřebních materiálů). Pro zákazníky v těchto zemích změna znamená, že přes lokální pobočky budou mít přímou vazbu do Heidelbergu a získají výrazně rozšířenou nabídku zboží a služeb. Pro Heidelberg se jedná o strategický krok, kdy obchod a servis v těchto zemích dostane pod kontrolu a bude jej moci napřímo řídit.

Generální ředitel Heidelbergu, pan Gerold Linzbach k akvizici dodal: „*Síla skupiny PSG je v oblasti servisních služeb a spotřebních materiálů a především v jejich skvělých vztazích se zákazníky, které jsou pro nás největší hodnotou.*“ <#>

vý stroj s obracením, když zemi zaplavily její беруšky, když poprvé v ČR k dlouhému ofsetovému stroji připojila odvíječ papíru z role CutStar... A rozvoj tiskárny pokračuje dále. Po nedávné investici do digitálního tisku posílila tiskárna také v ofsetu. Na konci léta pořídila Formuli 1 archového ofsetu – Speedmaster XL 106 s osmi jednotkami a obracením. Po řadě tiskových strojů Heidelberg, které prošly tiskárnou Horák, se jedná o pomyslný vrchol. Tento plně automatizovaný tiskový stroj umožňuje dosahovat extrémní produktivity tisku – čas ukáže, jak dobře toho dokáží využít v Ústí nad Labem. <#> www.tiskhorak.cz

Noviny a časopisy dále s 15% DPH

Vláda podle očekávání ve Sněmovně nepodpoří návrh na snížení daně z přidané hodnoty na noviny a časopisy. Podle rozboru, který si nechala udělat, by snížení nevyvolalo významně vyšší poptávku po těchto tiskovinách a jejich ceny by klesly jen málo. Noviny nyní podléhají 15procentní DPH a podle návrhu měly být zařazeny do desetiprocentní sazby daně stejně, jako např. knihy. <#>

Bauch & Navrátil s Dianou 115 X

Společnost Bauch, Navrátil s.r.o. z Nového Města nad Metují se specializuje na výrobu lepenkových obalů s ofsetovým, sítotiskovým a digitálním potiskem. Na konci léta výrazně posílila svou technologii na výrobu krabiček instalací toho nejlepšího, co se na trhu nabízí – Heidelberg Diana 115 X. Tato plně automatizovaná lepička krabiček, která v šíři 115 mm umožňuje výkon až 650 metrů/min., byla pořízena ve špičkovém vybavení. Nový stroj umožňuje jedno-, dvou-, tří-, čtyř- i šestibodové lepení. Díky speciálním modulům může

vyrábět kónické krabičky, vícekomorové krabičky, ale třeba i speciální miniaturní krabičky se stranou o délce jen 1 cm! Další speciální modul umožňuje produkci atypických krabic s poměrem stran až 1:15. <#> www.bauch-navratil.cz

Jetmaster Dimension 250

Na veletrhu InPrint v německém Mnichově Heidelberg uvedl nový digitální stroj pro variabilní potisk 3D předmětů s nerovným povrchem (jako jsou např. fotbalové míče, PET lahve atp.). Nový stroj bude schopen technologií ink-jet ve čtyřbarvotisku potisknout objekty s max. průměrem 250 mm. Novou plnobarevnou verzí navazuje Heidelberg na černobílý tiskový stroj Jetmaster, představený v loňském roce. <#>

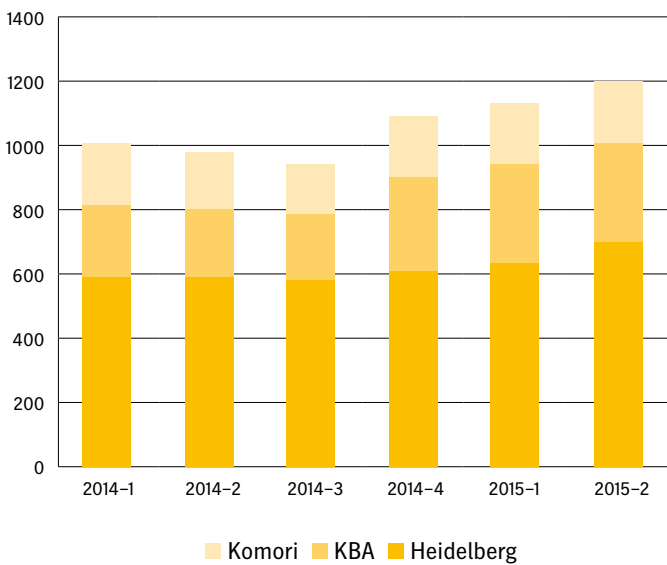
POLAR N137 v Č. Budějovicích

Polygrafický závod společnosti KOH-I-NOOR HARDTMUTH a.s. pořídil novou řezačku POLAR N137. Tato řezačka je vybavena integrovaným automatickým zdvihem palet a také systémem Autotrim pro odstranění odpadu z nakládacího stolu. V této konfiguraci se perfektně hodí pro vysoce produktivní nařezávání etiket, pro které především byla pořízena. Pro naprosto perfektní řez tenkých materiálů etiket je řezačka navíc vybavena systémem, který řezaný blok před samotným řezem stačí a přidrží. <#> www.koh-i-noor.cz

Prodej Gallus DCS 340 zahájen

Na veletrhu Labelexpo v Bruselu byl oficiálně uvolněn do prodeje nový hybridní tiskový stroj Gallus DCS. Tento stroj, který vznikl ze spolupráce firmou Heidelberg, Gallus a Fujifilm byl v prototypu předsta-

NEJVĚTŠÍ HRÁČI OPĚT VE FORMĚ



Přijaté objednávky po čtvrtletích (v mil. Euro) – lídrem trhu archového ofsetu zůstává Heidelberg následován tradičními rivaly KBA a Komori.

Výsledky za první pololetí roku 2015 ukazují zlepšení situace z pohledu prodeje u všech největších hráčů archového ofsetu. Největší absolutní posílení zaznamenal Heidelberg a zůstává tak v oblasti archového ofsetu lídrem, následován KBA a Komori. Heidelberg od roku 2009 prochází obdobím restrukturalizace, ale daří se mu držet velmi slušné prodeje a ve fiskálním roce 2014/2015 zaznamenal poprvé od „krize 2009“ pozitivního čistého výsledku. Heidelberg nadále pokračuje ve změnách, které stojí dost peněz, a tak navzdory provoznímu zisku je letos celkově opět lehce pod nulou. S rostoucím počtem objednávek by ale pozitivní výsledek letošního roku měl být dosažen, bez ohledu na tradiční očekávaný nárůst v posledním čtvrtletí. KBA zaznamenalo tradičně záporné první čtvrtletí. Jakkoliv druhé čtvrtletí ukočilo KBA v černých číslech, v součtu je v poločase v lehké ztrátě. KBA zaznamenává slábnoucí prodeje ve stále se zmenšujícím trhu rotačních strojů. V oblasti ceninových tiskových strojů si ale KBA svou pozici udržuje – zaznamenalo zisk 3,6 mil. Euro při prodeji ve výši 170 mil. Euro. Komori se (asi nejrychleji) přizpůsobilo zmenšujícímu se trhu a od roku 2012 zaznamenává každé čtvrtletí pozitivní hospodářský výsledek. Absolutně mu v oblasti archového ofsetu patří třetí místo a těžko ohrozí pozici Heidelbergu. Komori se snaží posilovat v oblasti ceninového tisku a opravdu instalovalo ceninový speciál v každém z uplynulých čtyř let.

Zdroj: www.cmyktrends.com, redakčně upraveno. <#>

ven vloni, ale nyní je spuštěna jeho seriová výroba. Tento stroj, vybavený ink-jetovými jednotkami Fujifilm nabízí efektivní a vysoce kvalitní variabilní tisk etiket. Stroj je vybaven softwarovým modulem Prinect Digital Frontend umožňující plnou integraci stroje do workflow Prinect. <#>

Obracecí stroj oslavil 40 let

Před čtyřiceti lety, v roce 1975, představil Heidelberg první archový ofsetový stroj s obracením. Nesl označení Speedmaster 102 ZP a v době, která se nadechovala po ropném šoku, znamenal výrazný krok k růstu produktivity oboustranného tisku. Od té doby se automatické obracení archu ve stroji stalo nedílnou součástí výzkumu a vývoje Heidelbergu. Speedmaster 102 ZP byl již v roce 1975 schopen oboustranného potisku ve formátu 70 x 100 cm v rychlosti 10.000 archů za hodinu, v roce 1977 přibýlo dálkové ovládání barevníků a do konce osmdesátých let nárůst rychlosti na 12.000 archů/hod. Dnes, po 40 letech vývoje, je etalonem oboustranného tisku Speedmaster XL 106 s plnou automatizací nastavení a rychlostí 18.000 archů/hod. a také XL 75 Anicolor, který přípravné časy snížil na jednotky minut a makulaturu na 10–20 archů. <#>

InterTech Award pro Prinect

Prinect Media Manager, publikační systém workflow Prinect, získal jednu z letošních cen InterTech Technology Awards. Hodnotitelé společnosti Printing Industries of America ocenili především integrační možnosti systému do celkového výrobně-řídícího workflow a modulární stavbu, která umožňuje systém upravit dle velikosti a specifických požadavků zákazníka. <#>

NEJPRODUKTIVNĚJŠÍ ANEB XLKA V ČESKÉ REPUBLICE

Tiskové stroje Speedmaster XL byly představeny poprvé na veletrhu drupa 2004, a to modelem XL 105. Na drupě 2008 byla tato kategorie nejvýkonnějších archových ofsetových strojů na světě doplněna dalšími dvěma (třemi) formáty, a to velkoformátovým XL 162 (resp. XL 145) a strojem středního formátu XL 75. Stroje XL zajišťují špičkovou tiskovou kvalitu, ale jejich předností je extrémní produktivita. Nejedná se jen o průměrnou produkční rychlost, ale vysokou míru automatizace, která snižuje neproduktivní časy a makulaturu.

Zatímco na nejvýspějších trzích světa se stroje XL staly okamžitě „hitem“, v České republice byl jejich rozjezd pozvolný. Vůbec první stroj XL (Speedmaster XL 105-5+L) byl nainstalován na počátku roku 2006 v pražské tiskárně K.P.R. Do roku 2010 bylo v ČR nainstalováno „pouze“ 7 tiskových strojů XL. Následná ekonomická krize, která všechny přinutila maximálně optimalizovat výrobu, přinesla zlatý věk superproduktivních strojů XL. Za posledních 5 let jich totiž bylo v ČR nainstalováno dalších 13, a to navíc ve špičkových konfiguracích.

Rondo obaly s.r.o.

Ejpovice
XL 106-8+LYYL (11/2012)

PBtisk a.s.

Příbram
XL 106-4-P (10/2014)
XL 105-5+L (10/2007)

RAIN tiskárna s.r.o.

Jidřichův Hradec
XL 75-4+L Anicolor (8/2015)

Triangl, a.s.

Praha 9
XL 106-8-P (2/2015)

K.P.R. s.r.o.

Praha 9
XL 105-5+L (2/2006)
XL 105-4+L (5/2007)

Tisk Horák a.s.

Ústí nad Labem
XL 106-8-P (8/2015)

Tiskárna POLYGRAF, s.r.o.

Turnov
XL 75-5-C (8/2014)

Tiskárna Helbich, a.s.

Brno
XL 106-4-P+L (8/2015)

POINT CZ s.r.o.

Medlov
XL 75-4+L-C (4/2008)
XL 106-5+L (8/2014)

TISKÁRNY HAVLÍČKŮV BROD a.s.

Havlíčkův Brod
XL 75-5-C (3/2009)
XL 75-4-C (3/2008)

TISKÁRNA GRAFICO s.r.o.

Opava
XL 75-5+L (12/2010)

PRINTO, spol. s r.o.

Ostrava-Poruba
XL 75-8-P-F (8/2008)

FINIDR, s.r.o.

Český Těšín
XL 106-8-P APL+IC (8/2013)
XL 106-8-P (11/2012)

TEŠÍNSKÉ PAPÍRNY,s.r.o.

Český Těšín
XL 106-5+L (8/2014)

CPI Moravia Books s.r.o.

Pohořelice
XL 105-4+L (7/2011)

TISKÁRNA MUSÍ MÍT SEBEDŮVĚRU

Více jak 110 letá rodinné tiskové tradice chtě-nechtě ovlivňuje mladou Tiskárnu Helbich v Brně-Husovicích. Zdi bývalé továrny, kde tiskárna sídlí, možná stavěli zedníci ve stejné době na počátku 20. století, kdy František Kusák otevíral svůj tiskařský podnik na náměstí ve Vyškově. Byl podnikatelem tělem i duší a své děti a děti svých dětí vedl k rozšiřování obchodních aktivit také do příbuzných trhů. Merkantilní tisk, papírenské služby, vydavatelství novin, produkce pohlednic a nakonec průmyslový tisk, to je jen několik oblastí obchodního zájmu Moderní knihtiskárny a papírnictví Fr. Kusák, Vyškov, Morava. Ze starých meziválečných fotografií jsou zřejmé morální a lidské zásady, které vnímáme až dodnes i v Tiskárně Helbich: v sazárně v jednom období stojí „Žádáš-li diskretnost, buď diskretním!“ a v jiném zase „Nelžeš-li slovem, nelži ani prací!“. Historie rodinné tiskárny je stejně pohnutá jako historie celé naší republiky a zasloužila si své knižní vydání. Rodinná tradice přežila všechny války, krize, znárodnění i lidské zrady a nepochopení. Tiskárna Helbich navzdory všemu nese dál v postavě svého zakladatele a majitele Ing. Roberta Helbicha (*1974) tradici, poctivost a fortel rodiny Kusáků. Spíše než na historii jsme se ale Roberta ptali na kontinuitu, současnost a budoucí rozvoj tradičního tiskařského řemesla.

„Už teď, po pár týdnech provozu se sám divím, jak jsme tak dlouho mohli bez XLka vydržet.“

Uvažoval jsi někdy v životě i díky rodinné tradici, že budeš pracovat v tiskárně?

Já ani nevěděl, že v naší rodinné historii nějaká tiskárna je. Chodil jsem kolem ní ve Vyškově každý den ze školy. Občas jsem cestou dostal od tiskařů odřezky a etikety, kterými jsem se pak doma chlubil a rodiče jen kouleli očima. Z výchovných důvodů mi nikdo neřekl, jak to s vyškovskou tiskárnou vlastně bylo. Co kdybych si někde pustil pusu na špacír.

Ale přesto jsi v tiskárně nakonec zakotvil?

Babička získala částečnou restituci tiskárnu ve Vyškově a chtěla, aby tam rodinná tradice pokračovala. Novou společnost v roce 1994 založili Heibichové a Kusáci a prošli si opravdu těžkým obdobím. Práce sice byla, ale obnova technologií nebyla možná, protože úroky v té době dosahovaly až 18%. Horko-těžko dala rodina dohromady peníze na založení firmy. Já jsem v roce 1998 promoval na VŠE a myslel si na klidné místo úředníka v bance a hlavně jsem nechtěl dělat s rodiči. Ale babička si vždycky přála, aby někdo z mladých šel do tiskárny a já jsem jí to téměř v její poslední chvíli slíbil. Hledal se účetní, tak jsem si řekl, že to snad zvládnou a nastoupil jsem. Postupně jsem se dostal k obchodu a když hlavní technolog onemocněl, spadla na mě v roce 1999 i výroba. To už jsem jel v tiskárně na plný plyn. Když jsem měl v roce 2006 převzít místo jednatele, zapojila se do historického dění i další část rodiny, a protože jsme nedošli k žádné dohodě, po osmi letech na plný úvazek jsem odešel z Vyškova a založil si vlastní tiskárnu v Brně.

To bylo opravdu odvážné rozhodnutí...

Se šesti lidmi, bez kapitálu, starými technologiemi a novou čtyřbarevkou Ryobi ve formátu B2 jsme se snažili prosadit na trhu, kde už byly karty dávno rozdané. Desky jsme svítili externě a snažili se o nepřetržitý provoz. Těsně před krizí v roce 2008 jsme investovali do prvního Heidelbergu – čtyřbarevného Speedmasteru SM 102. V té době bylo Brno ortodoxně na polovičním formátu a z tradice se vymykala jediná tiskárna v regionu. Paradoxně za tím rozhodnutím jít do formátu B1 byl můj kolega Robert Filka, v té době působící ještě u konkurence. S tiskovým strojem většího formátu přišla knihařina a speciální aplikace. Od roku 2012 máme další pětibarvový Heidelberg Speedmaster CD102 s lakovací jednotkou ve vybavení pro tisk také UV barvami a laky. Ten je určen především pro potisk speciálních zakázek na nesavé materiály. Pro uvolnění kapacit „CéDěčka“ na speciální tisky jsme letos v létě nainstalovali čtyřbarvový Heidelberg Speedmaster XL 106 lakovací jednotkou.

Jak jste se ale dokázali za tak krátkou dobu stát respektovanou tiskárnou nejen v regionu?

Máme „nepsaná pravidla“ – platíme ve splatnosti, dodáváme v termínu a nejdeme do zbytečných rizik, které by vedly k ohrožení firmy. Navíc nejsme závislí na několika málo odběratelích. Jen vzácně u nás některý zákazník udělá více jak 5–6% našeho ročního obratu. Přibližně 30 zákazníků nám dělá polovinu výroby, o druhou polovinu se dělí stovky dalších. Mohu samozřejmě růst s jedním zákazníkem, ale jsem na něm pak silně závislý. Nechtěli jsme jít cestou závislosti, protože už jsem s tím měl špatnou zkušenost. A pak je to také o odvaze nebrat všechno za každou cenu, protože taková strategie se dlouhodobě nevyplácí.

Takový přístup ale znamená, že budete „technologicky pružní“...

My na jedné straně chceme vyrábět ke spokojenosti našich zákazníků běžné každodenní zakázky. Proto potřebujeme výkonné a spolehlivé



„Chceme vyrábět efektivně to, co jiní nedovedou a poskytovat komplexní službu.“

tiskové stroje pro čtyřbarvotisk. Zároveň se ale chceme hlouběji věnovat zušlechťování tiskovin a to vyžaduje dlouhodobou výzkumnou práci. Které barvy a laky, na které materiály a jak budou fungovat a s jakými výrobními postupy... Speedmaster CD 102 je takové kompromisní, hybridní řešení. Je produktivní na běžných zakázkách, ale zároveň je vybaven silnými prvky pro zušlechťování a zpracování netradičních materiálů. Bylo jen otázkou času, kdy pořídíme efektivní „mandl“ – tiskový stroj, který bude vysoce produkční a zároveň spolehlivý a uvolní kapacity pro výzkum zušlechťovacích technik na „CDěčku“. Už teď, po pár týdnech provozu se sám divím, jak jsme tak dlouho mohli bez XLka vydržet.

Není v našich končinách zvykem, že by tiskárna něco vyvíjela. Jakými cestami se ubírá váš výzkum?

Jak jsem zmínil, jde nám především o zušlechťování nesavých materiálů – tedy potisk UV barvami a laky se speciálními efekty. Máme už několik let zkušeností, ale přesto jsme stále znovu překvapováni. Výzkum je pro nás otevírání nových dveří nejen v polygrafii, ale často i do jiného tržního segmentu. Nedávno se nám podařilo něco, co tu na trhu ještě nebylo – katalog zavěšený do měkké obálky z PVC. Chceme vyrábět efektivně to, co jiní nedovedou a poskytovat danému segmentu komplexní službu. Naše strategie není produktová, ale zákaznická. Stále vnímáme, že „na druhé straně“ je lidská bytost – zákazník.

Ale není takový přístup příliš náročný ekonomicky i časově?

Je, ale zase nejsme závislí na tendrech a bezpohlavních soutěžích. Máme své kmenové zákazníky, které máme nejraději, se kterými se známe a vzájemně se inspirujeme a experimentujeme. Říkáme jim: „Vy víte nejlíp, co chcete – my víme nejlíp, jak to vyrobit.“ Zároveň neumíme vyrábět levně – jsme ve velkém městě, kde jsou vyšší náklady nejen výrobní, ale hlavně lidské – našich zaměstnanců i zákazníků. Navíc se chceme stále vyvíjet, i když jsme v ofsetu – dávat zákazníkům „přidanou hodnotu“. V tom nám pomáhají hlavně naši zákazníci – umělci. Přirozeně překračují hranice, za které bychom se v normální situaci nepustili. A také ukazují, že není větší „kunst“, když je na tiskovině hodně laku. „Kunst“ je v jednoduchosti, v nápadu, v té myšlence, jak nejlépe využít daný materiál a jak s ním pracovat. Taková zkušenost se pak přenáší i do každodenní praxe našich zaměstnanců. S nabitými zkušenostmi a návyky „z výzkumu“ pak naši lidé neumějí pracovat jinak a drží kvalitu na vysoké úrovni i u běžné produkce.

Kvalita je ale drahá. Jak bojujete s tlakem na tržní ceny?

My se nemusíme trhu přizpůsobovat – to je iluze, že trh určuje cenu. My svoji práci nikdy neodbydeme a držíme si i u běžných produktů vysokou laťku. Zákazníci pak říkají: „Zkusili jsme to jinde a zažili problémy. U vás jsme za celou dobu problémy neměli.“ My nejsme na burze ani na ní být nechceme – my říkáme, kolik zakázka stojí. A pokud to někde udělají levněji je otázkou, zda porovnáváme porovnatelné. To už si musí zákazník zjistit sám a rozhodnout se. My si zároveň musíme věřit.

Je to o sebedůvěře tiskárny? Může mít firma sebedůvěru?

Tiskárna musí mít sebedůvěru. Člověk věří, že může a udělá to dobře. A když přicházejí nové úkoly v absurdních termínech a oni se povedou, tak si řekneme „ještě jsme přece jen měli nějakou rezervu“. Často vstupujeme do něčeho, co nemáme vyzkoušené a otevíráme nové možnosti. Lidé věří, že tu situaci dokážeme zvládnout. Chyba se může stát, ale my víme, jak si poradit. Snažíme se připravit a předcházet opakovaným chybám. Jsou ale i paradoxní situace, kdy si řekneme:

„takhle by mě nenapadlo, že se to dá zkazit“. Běžná „chlebová produkce“ není tak pod drobnohledem, ale u uměleckých děl zákazník zkoumá všechno. Má to sice vliv na produktivitu a cenu, ale nejsme fabrika – servis, který zákazníkovi dáváme, on oceňuje tím, že se vrací.

Může to být způsob konkurenčního boje? Sebevědomí? Zkušenosti?

Je to dané znalostí trhu – setkáváme se s nesmyslnými cenami. Takovým zákazníkům pak říkáme „Běžte si to tam udělat, protože já bych to udělal taky, ale dejte si pozor, aby vám to vyrobili a dobře.“ Kolik provozů opravdu pečlivě sleduje náklady a svoji výrobu pečlivě kalkuluje? Hledání správné ceny pro zákazníka včetně marže je obchod. Není obchod prodat za nejnižší cenu. Ve finále jsou pak tady podniky, které mají obrovské neuhrazené závazky vůči svým dodavatelům, neplatí institucím a zároveň chtějí něco dobře vyrábět. Takové firmy, které mají dlouhodobé existenční problémy a my slyšíme, že znovu investují do technologií, nás jako konkurenti nezajímají. Já si nedovedu představit vyrábět dobře a polovinu času ještě řešit, jak splnit závazky, abych mohl vůbec dobře pracovat. Svým způsobem je obdivuju, že jsou ochotni to ještě dělat – možná však nemají jinou možnost. Možná jsou v pozici štvané zvěře, ve které my nejsme a ani nikdy být nechceme. Někdo by mohl říct, že také vstupujeme do nových segmentů a riskujeme, ale vždy to děláme bez existenční hrozby a se zajištěním pro případ, že by se něco fatálně nezdařilo.

Co je tedy v Tiskárně Helbich motivací k práci?

Obecně motivací nemusí být zisk a růst, i když jsme samozřejmě firma, která chce profitovat. Ale na druhou stranu chceme mít z práce radost a uspokojení. To, že vyděláme za deset let nějaké peníze, nám jako argument k životu stejně stačit nebude, i když z toho nebudeme mít radost. Proto podporujeme třeba různé umělecké projekty a lidi, kteří mají dobré nápady a nemají prostředky na jejich realizaci. Máme vlastní galerii v prostorách tiskárny a jako řemeslníci zpracováváme co nejlépe myšlenky, které lidé k nám přinášejí. To se přenáší na lidi do firmy a z nich pak do jejich rodin a do celé společnosti. Funguje to dovnitř i ven – na zaměstnance i na zákazníky. Pořádáme hodně exkurzí nejen pro grafické, ale i normální školy a skupiny. Lidi jsou fascinováni tím, jak se věci dělají. Mnozí mají představu, že kniha vznikne tak, že si prohlédneme první vzorek, řekneme „dobrý“, stiskneme čudlík a proces se pětsetkrát zopakuje. I na základě takových akcí se k nám lidé vracejí a chtějí naši řemeslnost. Jsem přesvědčen, že takto se dá měnit celá společnost.

Jste takto otevření i konkurenci?

Jsme otevření i ostatním tiskárnám, protože na trhu to není o tom, že si navzájem bereme práci. 90% firem to dělá na trhu špatně, protože tiskařina není o přetahování, ale o poskytnutí služby a reagování na dynamický trh. Je chybné se fixovat na to, že se trh nemění – trh se stále vyvíjí. V roce 2008 se ukázalo, že marketingové materiály vlastně není potřeba tisknout a my jsme se museli otevřít jiným možnostem. Člověk má být otevřený pro něco nového, ale nesmí se dostat pod existenční tlak. Když se to stane, přestává rozhodovat on a začíná dělat to, co po něm chce někdo jiný.

Je to tedy o svobodě?

My jdeme svobodnou cestou a nekopírujeme. Ve smyslu peněz a chyb to víc bolí, ale každý krok – úspěšný i neúspěšný – posiluje v sebedůvěře. Když se sám podívám dozadu a někdo by mi v roce

2006 řekl, kde budeme v roce 2015, řekl bych: „To je nesmysl, to nejsme schopni udělat“. Neměli jsme cíl, záměr ani plán, co bude který rok. Řekli jsme si, že budeme dělat to, co bude potřeba, co nás bude bavit – není to o přesné analýze čísel, ale o tom pocitu a svobodě dělat to, co nám dělá radost. Neznamená to, že nemáme cíl – my víme, co bude za rok, ale není to o plánu na delší horizont. Spíš si chceme nechat vnitřní svobodu se rozhodnout jinak, podobně jako u hypotéční fixace. Díky náročným investicím jsme samozřejmě determinováni, ale nechceme si budoucí vývoj napsat na papír. Firma má samozřejmě přirozenou strukturu, ale navenek se chová svobodně a nemá nastavená přesná pravidla. Kádr lidí je stejný nebo hodně podobný a utváří se dlouhodobě. Noví lidé buď zapadnou a dokážou se s námi vyvíjet, nebo tu nebudou. Jistě to není všechno bez bolesti, ale je to hledání cest, kdy není všechno přesně definováno. Protože pokud bych měl jasně definovaná pravidla, znamenalo by to, že je musím sám dodržovat (smích).

Jak moc je tiskárna ovlivněná tvou povahou?

Myslím, že maximálně. Mám rád soutěživost, svobodu a volná pravidla. Náš rychlý vývoj je podobný lidskému životu. Člověk se také příliš neohlíží a z chyb se snaží poučit. Jak ale stárnu a zároveň v tom výrobním objemu nemohu být všude a stále, tak pravidla začínají vstupovat do vnitřních procesů nějak přirozeně a my to vítáme. Pokud bychom je tam dali dříve, tak bychom si mysleli, že nás v něčem zpomalily. Dospíváme k tomu, jako v lidském životě – čím je člověk starší, tím víc je ochoten přijímat společenské normy. Připadají mu správné a dokonce je sám tvoří a dokonce to říká těm dvacetiletým, že takhle je to správně a oni si na něj ukazují. Kdo má jinou povahu, tak by to dělal určitě jinak. Ti systémoví možná mají více sobě podobné zákazníky a orientují se více na průmyslový sektor a ne tolik na umělecký.

Jak se díváš na digitální technologie v tisku? Uvažoval jsi o jejich silnějším zapojení do výroby?

My samozřejmě něco digitálního tady máme. Uvažujeme o tom v poslední době více, protože opouštíme formát B2, který vnímáme, že není potřeba. Nemáme strategii digitálního shopu, ale tyto technologie jsou pro nás spíš podpora našim zákazníkům. Chce mít jednokanálovou komunikaci a dostat knihu za týden stejně jako 100 letáků hotových dnes odpoledne. Každý náklad má své odběratele – 500 ks i 20 ks, ale otázkou je, zda se to vyplatí a není lepší poskytnout dvacet účastníkům školení materiály ve formátu pro tablet nebo smartphone. Nemyslím si, že digitální segment bude pro tzv. malonáklad. Ve skutečnosti bude pro jiný typ produkce a to je vidět i na strategii vývojarů technologií. Většina výrobků se dá v dnešní době vyrábět ve formátu B1 a do budoucna budou formáty B2 a B3 digitální.

Jak se sžíváš s web2print řešením? Plánujete takový webshop vytvořit?

Jakékoliv online objednávání je prostředkem k oslovení rozptýlených neznámých zákazníků. Poznáváš je pouze podle jejich reakce na nabídku nebo speciální akce. Je to legitimní způsob obchodu, ale na mě nefunguje, a proto se s ním nedokážu sžít a dělat ho. Nám nevadí, že část produkce odejde na webshopy, protože některé typy produktů vyrábíme jen proto, že je u nás někteří klienti poptávají – za jiných okolností bychom rozvíjeli produkty jiné. Podobně jako u slevových portálů, kde si osobně myslím, že tento business nepřináší vůbec nic. Nevěřím, že lidé, kteří přijdou za levno do restaurace, se tam pak budou vracet za drahým jídlem. Kdo je dobřej, slevomat nepotřebuje. #



„My se nemusíme trhu přizpůsobovat – to je iluze, že trh určuje cenu. My svoji práci nikdy neodbydeme a držíme si i u běžných produktů vysokou laťku.“

DIANA SMART CHYTRÝ SKLÁDACÍ STROJ

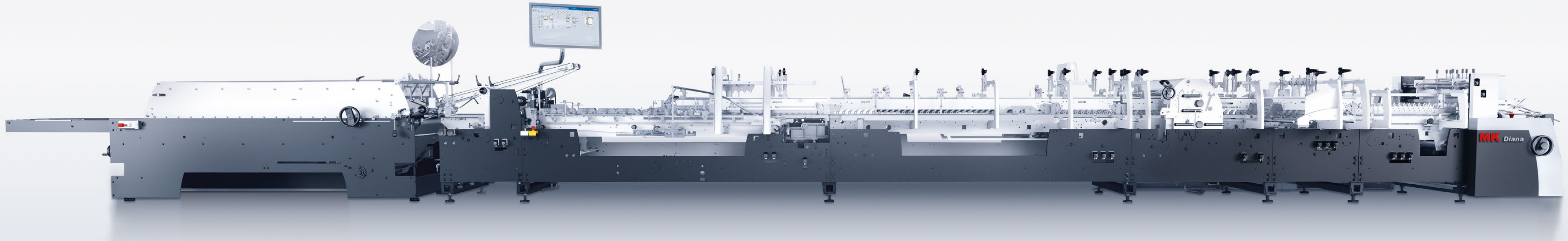
Skládání a lepení krabiček je jednou z operací, pro níž naše společnost dodává svá zařízení. Ostatně stroje s označením Diana jsou na tuzemském trhu velmi dobře známe především díky své vysoké produktivitě, kvalitnímu zpracování a flexibilitě při řešení nejrůznějších požadavků v oblasti skládání a lepení.

O úspěšnosti skládacích a lepicích strojů Diana hovoří mimo jiné i to, že za dobu existence této produktové řady v nabídce společnosti Heidelberg jich bylo po celém světě nainstalováno již více jak 5 000. V nedávné době však byla kategorie skládacích a lepicích strojů zastoupena pouze vysoce produktivním řešením s označením Diana X, které s rychlostí zpracování 600 metrů za minutu představuje vrchol segmentu lepených krabiček. Tento stroj nabízející extrémní produktivitu však kvůli vysoké pořizovací ceně nebyl tou správnou volbou pro řadu menších výroby. Na druhém pólu nabídky Heidelbergu v tomto segmentu pak stojí vstupní model lepičky krabiček s označením Easygluer 100, jenž je naopak určen pro provozy, které v oblasti lepení a skládání začínají, či jde v jejich případech pouze o okrajovou výrobu. Abychom mohli uspokojit potřeby i středních provozů požadujících dostatečný výkon, flexibilitu a případně vysoký stupeň automatizace celého procesu zpracování, představili jsme na loňské akci Packaging Days konané ve Wieslochu zcela nové modely skládacích a lepicích strojů nesoucích

označení Diana Smart. Nové modely Diana Smart představují alternativu k větším skládacím a lepicím strojům řady Diana X, které jsou určeny především pro střední a větší náklady. Diana Smart směřuje spíše do oblastí menších a středních nákladů krabiček z farmaceutického průmyslu, ale také dalších oblastí. Diana Smart 55 je menším zařízením nabízejícím možnost pracovat s přířezy do maximální pracovní šíře 550 mm, což stroj předurčuje především k využití v oblasti farmaceutického průmyslu, kde je často pracováno s krabičkami menších rozměrů. Naproti tomu větší model Diana Smart 80 je určen pro široké spektrum zakázek. Pro úplnost doplníme, že v produktové řadě Diana X se pak pracuje s pracovními šířkami 800 a 1 150 mm.



DIANA SMART



Diana Smart vychází z vyššího modelu skládacího a lepicího stroje Diana. Také zde je, podobně jako u ostatních strojů v této kategorii, využito modulární konstrukce, která umožňuje přestavit stroj dle konkrétních požadavků výroby. I když jde o kompaktní stroje určené především pro menší série, vyznačují se vysokým stupněm automatizace. Stroje Diana Smart totiž přebírají celou řadu prvků, které byly doposud známy ze strojů řady Diana X, pro novou produktovou řadu byly tyto prvky upraveny tak, aby odpovídaly kompaktnímu konceptu skládacího a lepicího stroje. I zde se tak můžeme setkat se třemi základními úrovněmi automatizace, kde u základního modelu je kompletní nastavení prováděno manuálně, v poloautomatickém provedení probíhá manuální nastavení do předem definovaných poloh jednotlivých modulů a nástrojů, a konečně u automatické verze je veškeré nastavování prováděno zcela automaticky prostřednictvím servopohonů.

Produktivita

Modely Diana Smart jsou uzpůsobeny pro produkční rychlost 450 metrů za minutu, což představuje celkovou produktivitu na úrovni 140 000 kartonů za hodinu. Pro úplnost dodejme, že produktivita strojů Diana X se pohybuje okolo 200 000 skládaných obalů za hodinu. I z tohoto porovnání je patrné, že stroje Diana Smart jsou primárně určeny pro menší zakázky.

Nakládání

Nakladač u stroje Diana Smart 55 i 80 umožňuje kontinuální nakládání lepenkových přířezů. To je zajištěno díky frikčnímu odebírání materiálu ze spodní strany stohu. Přesné odebírání je zajištěno pomocí pásů procházejících pravidelně režimem čištění. Díky tomuto systému čištění se zabráňuje případnému poškrábání tisku, který bývá na spodní straně odebíraných přířezů. Díky shodné rychlosti řemenu v nakladači a v předlamovacím zařízení je zajištěno přesné nakládání. Oddělování jednotlivých přířezů je zajištěno pomocí blokovacích tvrdokovových jazyků, jež zamezují dvojitému naložení přířezů. Z nakladače jsou jednotlivé přířezy dopraveny do vyrovnávacího modulu, kde je zajištěno jejich přesné pozicování, a tím pádem i přesné zavedení do stroje.

Předlom

Po přesném naložení přířezů následuje jednotka předlomu, kde se pomocí jednotlivých nástrojů ohýbají chlopně budoucího obalu podle předem nabívaných rýh. Formování vyseknutého materiálu je zajištěno pomocí vodicích plechů a pásů, které je možné libovolně nastavovat podle typu zpracovávané produkce. Těmito nástroji jsou přitom jednotlivé chlopně materiálu přizvednuty a následně ohnuty v místě drážek. Poté je materiál opět rozevřen pomocí vodicích lamel tak, aby ani při vysokých produkčních rychlostech nedocházelo k chvění materiálu.

Skládání a lepení

Skládacích modulů může být v lince umístěno několik v závislosti na typech skládaných obalů v rámci produkce. I zde platí, že nastavování v rámci těchto modulů může být automatizované s využitím servomotorů, které přistavují jednotlivé nástroje do předem definovaných pozic. Využit lze systémy nejenom pro jedno a tříbodové lepení, ale také pro čtyřbodové a šestibodové lepení, čímž lze obsáhnout široké spektrum produktů, které lze pomocí nové lepicí a skládací linky zpracovávat.

Lisování a vykladač

Vlastní výrobní linka je zakončena lisovací a vykládací stanicí. Zde také dochází ke konečnému zalisování produktu. V lisovací sekci je možné pomocí pístů nastavovat rozdílný tlak na procházející materiál ve směru průchodu. Po přesném zalisování jsou jednotlivé produkty vysouvány do vykladače, kde mohou být odebírány.

Aplikace Braillova písma

Kromě standardních modulů je možné zařadit i řadu specializovaných modulů určených pro konkrétní aplikace. Na mysli zde máme především modul pro implementaci Braillova písma. Nový modul pro aplikaci Braillova písma je umístěn hned za nakladačí a vyrovnávací sekci. Modul je tvořen hřídelemi se samostatnými servopohony, na něž jsou umísťovány sady nástrojů pro aplikaci Braillova písma. Najednou je možné aplikovat jeden až čtyři nástroje, což znamená, že na každém užítku mohou být aplikovány současně až čtyři různé informace v Braillově písmu, a to na jakémkoliv místě obalu.

Inspekční systém

Diana Inspection Control (ICM) je modul, který kontroluje jednotlivé kartonové přířezy v celé ploše pomocí kamerového systému s vysokým rozlišením. Nasnímaný obraz je porovnáván se vzorovým PDF souborem, nebo s referenčním produktem. Systém ICM umožňuje detekovat nepřesnosti v tisku, chyby v čárových kódech, nepřesný soutisk, popřípadě další defekty, jako je mechanické poškození a poškrábání kartonu. Detekované chybné produkty jsou automaticky vyřazeny z výroby bez nutnosti jejího zpomalení. Výsledky vyhodnocování jsou navíc zdokumentovány a reporty o chybovosti jsou zaznamenány. Zde stojí za zmínku i to, že Diana Smart může být vybavena lineárním vyhazovacím modulem, kde jsou jednotlivé užítky určené k vyřazení výhybkou vyřazeny v lineárním směru, namísto vyhazování do boku. To je důležité proto, že lze s lineárním systémem vyřazovat za plné rychlosti všechny typy skládaných krabiček. U vyhazování do boku bývá problematické vyhazování například tříbodově lepených krabiček, u nichž je vyřazení z produkce díky jejich stavbě jen velmi obtížné.

KOMPLETNÍ TISKÁRNA

Moderní, veselá, akční, pozorná, inovativní, nově-přestěhovaná – a ještě mnohá jiná adjektiva bychom mohli přidat, mluvím-li o tiskárně Rain v Jindřichově Hradci. Oba majitelé, Petr Zeman i Petr Růžička, svolili k inovativnímu způsobu rozhovoru přes facetime – internetovou telekonferenci. Tím také ukázali, že v dnešní době nemusí být tiskárna pouze lokální firmou obsluhující relativně malý okruh kolem svého sídla. Působnost tiskárny Rain je po celé republice vedle internetové komunikace s obchodními partnery podpořena také výborně „zmáklou“ logistikou. Na dvoře jejich nového sídla na okraji Jindřichova Hradce je neustálý „cvrkot“ při odvozu zakázek. Tiskárna šlape a to i díky momentálně nově nainstalovanému tiskovému stroji se špičkovou technologií Anicolor ve formátu B2 – v ČR prvním čtyřbarvovému Speedmasteru XL 75 Anicolor s lakovací jednotkou.



Oba majitelé hned na počátku rozhovoru přešli otázky na vznik tiskárny a její předchozí zaměření jedinou větou: „To si přečtete v předchozích číslech heidelberského časopisu.“ Nechtějí dlouze hovořit o tom, co bylo, ale oba jednomyslně hledí vpřed – v nové tiskové hale s novou převratnou tiskovou technologií. Zůstává formát, zůstává knihárna, zůstávají zkušení zaměstnanci – všechno ostatní se radikálně změnilo během letních měsíců letošního roku. Z městské zástavby se přestěhovali do nové budovy tiskárny a zvětšili tak svoji pracovní plochu více jak trojnásobně. V původním místě se přizpůsobovali podmínkám patrového domu a tok zakázek výrobou musel být propracován do detailů. Přesto ve stísněných a omezených podmínkách dokázali dobře, rychle a kvalitně vyrábět. Dokázali doslova divy se svým Speedmasterem SM 74, digitálním řešením Linoprint a spoustou knihařských technologií. Vyrůstli ale ze starých šatů a nové prostory už nabízí moderní logické nastavení toku výroby v jedné rovině od dovozu materiálu, přes samotnou tiskovou výrobu až po rozvoz hotových zakázek. To vše podpořeno unikátní technologií bezzónového ofsetu Anicolor.

Pojďme tedy rovnou k věci – co vás dovedlo k Anicoloru?
Petr Zeman – Zjistili jsme, že tiskový stroj SM 74 formátu B2 nám již nestačil. Formát B1 nemůžeme mít, protože již nemáme vhodné produkty a náklady, formát B2 je neefektivní oproti klasickému ofsetu B1.
Petr Růžička – My jsme spíše byli a stále jsme zaměřeni na malé a krátké zakázky – rychlé a efektivní...Samozřejmě jsme byli schopni větší zakázky zpracovat, ale ve starých prostorách to nebylo již možné

Co myslíte „malou zakázkou“?

PZ – Podívejme se na to jinou optikou – za jak dlouho se připraví konvenční tiskový stroj do výro-



Petr Zeman: „Na Anicoloru už teď jedeme 40 příprav denně, ale realistické číslo je 80.“

by? Řekneme za 15 minut i s vybarvením? Anicolor je schopen být připraven za 5 minut. A když se střetnou tyto dvě skutečnosti – časy příprav a rychlejší produkce – dostáváme se do nákladu mezi 3 až 5 tisíci archy a do tohoto segmentu spadáva čím dále více zakázek. A to jak u brožur tak u letáků.

Dovolí vám tedy Anicolor udělat víc příprav za den?

PR – Je až neuvěřitelné, jak rastrový válec v tomto stroji pracuje. Anicolor je pro nás nová dimenze tisku. Můžeme říci, že tiskař se v průběhu tisku o barevnost víceméně nestará. Desátý arch je již prodejný...Tento styl tisku se velice rychle přibližuje, co se týká kvality tisku a makulatury digitální produkci. Z vlastní zkušenosti Víme, že je tato tisková technologie pro spoustu ortodoxních tiskařů velice nepochopitelná, jak to vlastně vůbec funguje. Momentálně již víme, že je stroj velice náročný na výstup z předtiskové přípravy. Vše musí být perfektní. Malé odchylky se zde neodpouští. Je to taková naše princezna na hrášku :o).
PZ – ... ale vlastně už první arch je v pořádku. Je to vlastně tisk bez makulatur, pokud jedeme na stejný materiál s podobnou barevností. Můžeme porovnat nedávnou produkci na konvenčním tiskovém stroji, kdy se sice dala příprava také stlačit na 10 minut, ale u barevně složitějších zakázek zabrala třeba 20 i více minut. Na Anicoloru i díky zjednodušenému vybarvení jsou přípravy mezi 2 až 10 minutami.

PR – Navíc jsme nebyli zvyklí na zásobníky s barvou. U SM 74 jsme stále přemývali a měnili folie. Zde je to pro nás nový systém zakládání barev. Momentálně už obsluha (operátor) opravdu nemusí na barvu ani sáhnout. Tiskař v průběhu směny nepřijde relativně s barvou již do kontaktu, pouze při výměně na Pantone, nebo na konci směny, při ořtení nože rastrového válce – a to je velké plus. Výměna cmyk na pantone přímých barev je velice rychlá, pokud

je barva již předem připravena, tak stačí pouze zandat zásobník s barvou do uložení před rastrový válec a může začít s produkcí. Velice jednoduchý a rychlý. Snažíme se se dostat z tohoto stroje, co možná nejvyšší výkon a efektivitu, proto tiskneme rychlostí 13–15000 archů/hod.

Znamená to, že je tiskař v větším klidu při své práci?

PR – Jak bych řekl že každopádně, pokud má připravený tiskový materiál, papír a tiskové desky, tak okamžitě tiskne. Momentálně naším jediným problémem je to, že se tiskařům za vykladačem začaly velice rychle tvořit kopce hotových zakázek, které čekají na další zpracování :o)

Znamená to tedy, že musíte investovat do dalších knihařských strojů?

PZ – Už teď – a to jsme ještě v zavaděcím provozu – jedeme 40 příprav denně, ale realistické číslo je 80 denně. To je veliké množství zakázek ke zpracování v knihárně. A k tomu si ještě připočteme produkci digitálního Linoprintu ve formátu SRA3. Na klasickém ofsetu jsme mohli udělat maximálně 2–3 přípravy za hodinu, takže teď můžeme počet příprav ztrojnásobit. Očekáváme tedy více jak dvojnásobné zvětšení produkční kapacity a budeme na to reagovat samozřejmě i v knihárně.

Odstranili jste tedy úzké místo v tisku, ale objevilo se jiné v knihárně?

PR – Jak v knihárně tak i v expedici. Dát totiž logisticky dohromady odbavení takového množství zakázek je opravdu složité. Máme podobný problém, jako tiskárny s vysoce reaktivními UV barvami. Pokud zakázky za strojem leží déle než den, nedává takové řešení smysl. Musíme tedy zapracovat nejen na rychlém zpracování zakázek, ale také na svižné a bezchybné expedici.

V současnosti máte obojí – ofsetový B2 tisk a digitální ve

formátu SRA3. Jak je budete zpracovávat?

PZ – Z našeho pohledu je Anicolor reakcí průmyslového ofsetu na digitální produkci. Otázkou je, na jaký náklad je připravený digitální tisk – do 200 archů? Anicolor je od 200 archů efektivnější. Možná má větší smysl digitální řešení při automatickém snášení, pokud bych tisknul jeden arch za druhým. Ale na to zatím není připravená průmyslová knihařna. My teď budujeme dva knihařské kanály – digitální a zároveň průmyslovou knihárnu. Náklady do 200 kusů zpracujeme v digitální a zbytek v té průmyslové. Stejně jako se před tiskem podle nákladu rozhodujeme mezi digitální a ofsetovou výrobou. Jsme tedy připraveni na zakázky ve středním i malém nákladu.

O čem jste nejvíc při výběru inovativní tiskové technologie přemýšleli?

PZ – Před samotným nákupem jsme dlouho zvažovali a testovali. Chtěli jsme najít bod, kdy zjistíme, co nemůžeme na Anicoloru udělat. Nenašli jsme při tom problém ani v kvalitě ani v samotné produkci. Slyšeli jsme, že má bezzónový ofset problém v barevných plochách – to se nám nepotvrdilo. Slyšeli jsme, že je třeba častého přemývání a tím dojde ke snížení zmiňované produktivity. Ani to se nám zatím nepotvrdilo.
PR – Navíc jsme vše rozjížděli v nezvyklých klimatických podmínkách letošního léta, kdy teploty stoupaly daleko za 30 stupňů a Anicolor držel. Chceme, aby se potvrdilo, že Anicolor je „selma na tiskové zakázky“. Už teď víme, že nás posouvá kapacitně o velký kus dopředu. Zpracujeme více zakázek za podobný čas nebo i rychleji.

Při takové možné denní kapacitě zakázek je na místě se ptát, jak se vám daří stroj naplnit?

PZ – Zatím je ještě příliš brzy na takovou analýzu, protože jsme



Petr Růžička: „My jsme spíš zaměřeni na malé krátké zakázky – rychlé a efektivní.“

během instalace a stěhování chvíli stáli a v tuto chvíli jsme plní až přeplnění. Celá situace není jednoduchá, protože neměníme jen jedinou věc, ale doslova všechno. Situace je náročná především pro CTP, které musí stihnout 4 až 5 zakázek za hodinu.
PR – A každými okamžiky se stále učíme, je to pro nás všechny v tiskárně výzva a každopádně si rádi necháme poradit zkušenými matadory v této momentálně tvrdé polygrafické branži. Pořád se lze zlepšovat a hledat to kouzlo, kterým překonáme složitosti a hlavně sami sebe. Ze starých městských prostor jsme přešli do průmyslových, máme výrazně více místa, víme že když jsme to zvládli tam, tak tady vše můžeme zvládnout jednodušeji a přehledněji. Také naši zaměstnanci jsou překvapení, kolik opravdu zakázek jsme schopni zvládnout. V centru Jindřichova Hradce jsme neviděli kolik dodávkových a nákladních automobilů se nám za tiskárnou denně otočilo pro zakázky a s materiálem. Přechodem do nové průmyslové budovy se zároveň spoustu věcí učíme znovu a samozřejmě hledáme nové organizační systémy. Je to podobné, jako když se doma přestěhujete z malého bytu do většího. Hledáte nové návyky a chvíli trvá, než se vše usadí a dostanete se do klidu. A o to přeci jde.

Jak lze takový cvrkot uřidit? Neděláte příliš mnoho chyb a nemáte z nich ztráty?

PZ – Chyb by bylo mnoho, kdybychom neměli dobrý informační systém. Vlastně můžu říct, že bez něj – bez Prinect Business Manageru – by to nebylo vůbec možné zvládnout.
PR – Už v bývalém sídle jsme měli všechno zadáno v Prinect Business Manageru. Neměli jsme tak velký prostor na skladování materiálu, a proto jsme nakupovali a nakupujeme i nadále pouze na zakázky. Dodavatelé se u nás točí s relativně malými dovozy a my musíme mít stále o tomto přehled. Každý výrobek, který do tiskár-

ny přijde nebo z ní odchází má svůj záznam v informačním systému. Technologické operace jsou v něm rozplánované a nedovedeme si představit, jak bychom bez něho zvládli kalkulace nebo i kompletace zakázek. Při takovém množství není možné držet vše v hlavě.

PZ – Ale i tak jsme zjistili, že je třeba posílit interní komunikační kanály, abychom předcházeli chybám. Zavádíme proto do firmy některé nové prvky sociálních sítí.

Jaká je vaše obchodní strategie a co můžete nabídnout?

PZ – Zdálo by se, že máme jen lokální zakázky, ale opak je pravdou. Už pořízením SMka jsme se posunuli na republikovou úroveň a nyní očekáváme další rozvoj. Preferujeme český selský ryzí obchodní model z očí do očí – mnoho zákazníků, které víceméně osobně známe a z nichž žádný nedělá více jak 5% obratu. A naši zákazníci nás naučili rychlosti.

PR – Kromě koncových zákazníků se nám osvědčují i kooperace především pro tiskárny a digitální centra. Anicolor potiskne vlastně malonákladově pestrou škálu materiálů do tloušťky 0,8 mm, ve formátu B2. Samozřejmě nabízíme spolupráci tiskárnám, které nechtějí již investovat do nových tiskových technologií. Máme skvělý skladový systém a můžeme si nyní dovolit našim zákazníkům držet konsignační sklady. Ve velmi krátkém čase, tak dodáváme např. předtiskované produkty (štítky, přebaly, montážní návody...). Díky expedičnímu systému přivezeme hotové zakázky kooperačním partnerům až, jak se říká, DO DOMU.

PZ – Vše je to o rychlosti – rychlý nákup a rychlý prodej. My můžeme být takovou externí tiskárnou – odloučeným pracovištěm – pro ty, kteří podobnou technologii a formát nemají a nebo nestíhají produkty a meziprodukty vyrábět. Nyní jsme kompletní s novými technologiemi v nové budově a teď je jen třeba celý potenciál využít naplno. *#*

TIPS & TRICKS MATERIÁLY V DIGITÁLNÍM TISKU

Zatímco papír a jiné materiály jsou v ofsetovém tisku citlivé na vlhkost, v digitálním tisku se vše točí kolem teploty. Toner se zapéká v rozsahu teplot 140 až 200 °C, což způsobuje problémy při výběru správného papíru. Nicméně významný vliv na tiskové výsledky mají také jiné parametry, jako je skladování, povrchová úprava nebo směr vlákn.



20–22° C



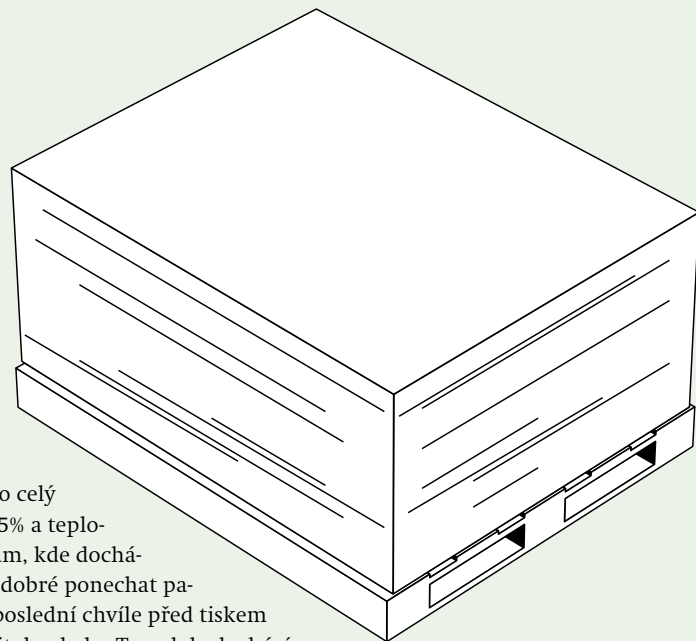
50–55 %

Správné podmínky

Papír je obzvláště citlivý na změny podmínek v místnosti. Viditelnými důkazy citlivosti na změny klimatu jsou zvlněné okraje nebo dvojité naložení způsobená statickou elektřinou.

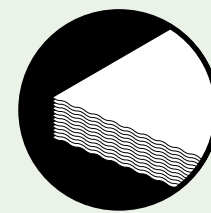
Správným skladováním papíru se dá těmto problémům předcházet.

Např. relativní vlhkost ve skladu materiálů by měla po celý rok být 50% s odchylkou +/- 5% a teplota v rozmezí 20 až 22 °C. Tam, kde dochází k mírným odchylkám, je dobré ponechat papír v ochranném obalu do poslední chvíle před tiskem a nepotíštěný materiál vrátit do obalu. Tam, kde dochází k větším odchylkám ve vlhkosti a teplotě je dobré alespoň 24 hodin před tiskem přepravit zabalený materiál do tiskového sálu, aby se aklimatizoval.



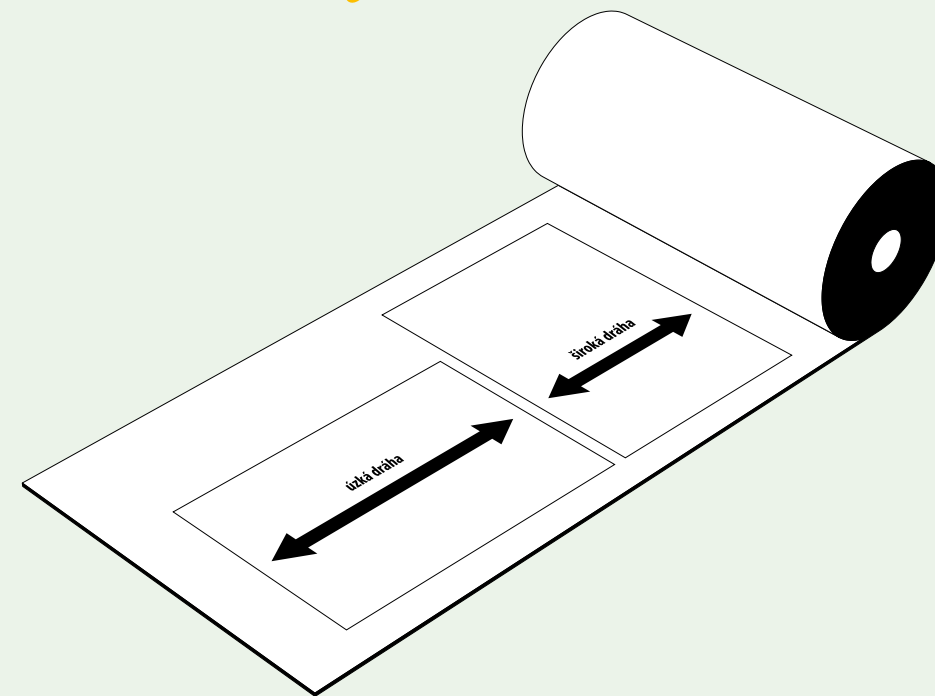
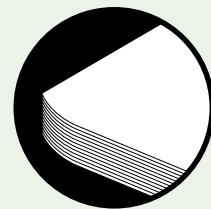
Zvlněné okraje

Zvlněné okraje se objevují tam, kde se vlhkost okolního vzduchu dostává do papíru a okraje se roztahují více než střed archu. To způsobuje problémy při posunu papíru strojem, snížení přilnavosti toneru, barevné odchylky a nestejnou kvalitu tisku.



Napjaté okraje

Napjaté okraje se objevují v suchých vyhřátých místnostech v zimním období. Zbytková vlhkost mizí z okrajů archů. Okraje pak seschnou více než střed archu a zkroutí se nahoru. Nejstejnější plošnost archu způsobuje podobné problémy jako v případě zvlněných okrajů.



Správná strana, správný směr vlákn

Při průmyslové výrobě papíru jsou jednotlivá vlákna položena podélně ve směru pohybu papírové role. Archy jsou z role vyřezávány na šířku (šířká dráha) nebo na délku (úzká dráha) a tak mají jiné směry vláken. Rozdílné stability archu může být v digitálním tisku s výhodou využito.

Jelikož jsou archy v digitálních tiskových strojích transportovány většinou užší stranou dopředu, měly by být lehčí gramáže do 100 g/m² v široké dráze. To dá papíru dostatečnou pevnost, aby se ve vykladači nezavinul. Směr vlákn lze zjistit natržením, ohýbáním nebo testem s pomocí nehtů.

U mnoha nenatíraných papírů je také pro dobrou kvalitu tištěného motivu zásadní potiskovat správnou stranu archu. Tou je ta jemnější (hladší) vrchní strana archu. Ta bývá na obalu označována šipkou a měla by se při oboustranném tisku potiskovat jako první.

Ofsetový nebo digitální tiskový arch?

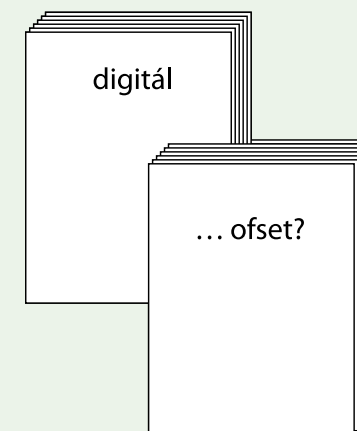
Papír pro digitální tisk by měl být výhradně používán při xerografickém (elektrografickém) tisku. Takový materiál není tak citlivý jako ofsetový papír vzhledem k malému obsahu zbytkové vlhkosti (30–35%). I proto se během zapékacího procesu nesmršťuje. A navíc jeho hladký povrch zaručuje lepší přilnavost toneru a tím ostřejší tiskový motiv.

Nicméně, natírané ofsetové papíry, které jsou používány při digitálním dotisku ofsetových zakázek např. při personalizaci nebo verzování, mohou také dosahovat výborných výsledků. Žel se mohou během digitálního potisku smršťovat až o 1 mm na 45 cm délky. Takové problémy zvláště u tisku na obrátku mohou být před tiskem kompenzovány procentuálním zmenšením motivu na lícové nebo rubové straně archu. Vzhledem k množství druhů materiálů na trhu je vždy dobré si papíry předem otestovat. Okamžité sušení v digitálním tisku je ideální pro použití syntetických materiálů jako jsou fólie nebo tenčí plasty. Je ale důležité se ujistit, zda jsou materiály (včetně např. plastových okýnek v obálkách) odolné do teplot kolem 200 °C.

Papírová role –

úzká a široká dráha:

Při průmyslové výrobě mají papírové archy různé směry vlákn. Označují se jako úzká resp. široká dráha podle způsobu vyřezávání z role.



QUALITY ASSURED BY HEIDELBERG

Za posledních několik let jsme svědky velkého kvalitativního růstu polygrafického trhu. Máme tím na mysli úroveň používaných technologií, produktivitu provozů atp. Zároveň se ale rozevírají nůžky mezi těmi, kteří „chytli tempo“ a těmi, kteří už méně. Není to ale nezbytně otázka velikosti firmy, či jejího zaměření. Jakkoliv žijeme ve zvláštní době, kde např. dotace často rozhodují o bytí či nebytí provozu, v dlouhodobé perspektivě nakonec rozhoduje úsilí, schopnosti a snaha odvádět profesionální práci.

Heidelberg vnímá velmi silně rozdíly jednotlivých polygrafických podniků v přístupu k řemeslu a oboru. Uvědomujeme si obtíže, kterým čelí naši zákazníci a o to více máme potřebu ukázat na ty, kteří se snaží odvádět profesionální práci, a to nejen z pohledu kvality, ale také produktivity, vztahu k trhu atp. Proto Heidelberg založil Quality Assured by Heidelberg – sdružení předních českých polygrafických společností, které se dlouhodobě orientují na technologie Heidelberg a dlouhodobě splňují nejpřísnější kritéria kvality.

Členy tohoto neformálního sdružení jsou nejruznější tiskárny – klasické komerční ofsetové tiskárny, specializované provozy na výrobu knih, obalářské provozy, flexotiskové provozy, velké průmyslové firmy, ale i firmy středního a spíše regionálního charakteru. Společným jmenovatelem všech těchto firem je ale profesionální přístup k oboru, používání vyspělých technologií, špičková kvalita produkce, vysoká produktivita, zodpovědné chování na trhu atp.

Členové sdružení

A.R.Garamond s.r.o.

Jesenice u Prahy

AF BKK, s.r.o.

Praha

Cognia press, a.s.

Kolín

FINIDR, s.r.o.

Český Těšín

Integraf, s.r.o.

Náchod

KOH-I-NOOR HARDTMUTH a.s.

České Budějovice

LOSENICKÝ polygrafický závod s.r.o.

Nové Město nad Metují

OPATISK s.r.o.

Opava

PBTisk a.s.

Příbram

POINT CZ s.r.o.

Medlov

RAIN tiskárna s.r.o.

Jindřichův Hradec

TISK CENTRUM s.r.o.

Moravana u Brna

Tisk Horák a.s.

Ústí nad Labem

Tiskárna Didot, spol. s r.o.

Brno

TISKÁRNA GRAFICO s.r.o.

Opava

Tiskárna Helbich, a.s.

Brno

Tiskárna Vyšehrad, s.r.o.

Český Krumlov

TISKÁRNY HAVLÍČKŮV BROD a.s.

Havlíčkův Brod

Triangl, a.s.

Praha

Z STUDIO, spol. s r.o.

Zlín

quality assured by
HEIDELBERG

Členy sdružení poznáte jednoduše podle loga *Quality Assured by Heidelberg*, které mají právo používat ve své komunikaci.

LED UV

LEVNĚ EKOLOGICKY RYCHLE

UV tiskové aplikace byly vždy velmi atraktivní a žádané, ale komplikovanost technologie a cena je určovala specializovaným provozům. S nástupem nízkoenergetických řešení (např. LE-UV) se situace zlepšila a nyní s novým LED-UV se UV tisk stává technologicky i cenově dostupný široké škále provozů.

Nová LED-UV technologie je sexy, je moderní, je přesně to, co jsme vždy chtěli... Především je energeticky velmi úsporná, oproti konvenčnímu UV asi o 90%, a tím pádem levná! Dále je ekologická, protože vedle nízké spotřeby má výhodu, že neprodukuje škodliviny. No a v neposlední řadě je rychlá – vytisknutý arch může být prakticky ihned dále zpracován.

Ať už je důvodem pořízení zrychlení toku zakázky tiskárnou, potisk nesavých materiálů, nebo aplikace krásných plných ploch a vysoce lesklých laků, LED-UV definitivně otevírá UV technologii komerčním tiskárnám.

Není tomu tak dávno, co byl UV tisk doménou specializovaných polygrafických podniků. Využívaly naplno jeho základních předností – široké škály potiskovatelných materiálů, exkluzivního vzhledu tisku a funkční ochrany tiskovin. V posledních letech ale došlo k velikému posunu některých polygrafických paradigmat. Především se zvýšila poptávka po atrativních nepapírových substrátech a zesílil tlak na zkracování dodacích termínů. Do hry vstupuje ekologická otázka, a to hlavně ve snižování emisí a spotřeby energií. Společnost Heidelberg byla a je v oblasti plochého ofsetového UV tisku světovým lídrem a pružně reaguje na změny tržních mechanismů, které vedou k nutné změně technologických postupů v tiskárnách. Důkazem je před několika lety uvedené nízkoenergetické UV řešení, tzv. LE-UV, ve kterém Heidelberg s úspěchem řešil otázku vysoké spotřeby energií a snižování emisí, a to především ozónu. Vývoj ale nelze zastavit a v současnosti stále více průmyslových komerčních tiskáren požaduje UV tisk s ještě menšími nároky na energie, emise i údržbu. Heidelberger Druckmaschinen AG tak znovu přichází s efektivnějším řešením UV tisku pro ofsetové provozy – LED-UV tiskem – modulem DryStar LED úspornějším o téměř 90% než standardní DryStar UV.

Společnost Heidelberg tak zkompletovává celou oblast plochého ofsetového UV tisku a nabízí svým zákazníkům nejvhodnější řešení pro jejich potřeby. Standardní UV tisk, využívající k zasušování barev a laků UV paprsky generované rtuťovými trubicemi, je vhodný pro vysoce exkluzivní povrchy komerčních tiskovin a potiskovaných obalů. UV lakování na stejném principu využívají obalářské podniky jako aktivní a ekonomicky obhajitelnou ochranu obalů proti poškrábání a opotřeбенí. Nízkoenergetický LE-UV tisk je nejvhodnější pro komerční tiskárny, které bojují s dodacími časy při snižování nákladů a tlaku na emise. Vrstva barvy a laku na archu je již ve vykladači suchá a arch lze okamžitě poslat do knihárny. V době snižování nákladů tak za tiskovým strojem nečeká řada palet s tiskovinami, až budou dostatečně „zralé“ na další zpracování.

LED-UV v podobě sušícího modulu DryStar LED je dalším logickým krokem ve vývoji ultrafialového tisku. Není sice stále vhodný pro nejexkluzivnější tiskoviny jako je tomu u standardního UV, ale řeší naproti tomu mnoho současných neduhů a slabin v této oblasti. Je to dáno především tím, jak jsou UV paprsky tvořeny. V běžných lampách, které obsahují rtuť, je nutné vysokým napětím vybudit plazmu, která vyzařuje jen asi z 30% vlnové délky nutné pro UV zasušování. Zbylé paprsky jsou buď z oblasti viditelného světla nebo tepelného záření. Mnoho energie se tak vyzáří „pánubohu do oken“. U svítících elektrických diod LED je naproti tomu možné zvolit si pásmo generovaných vlnových délek za přispění podstatně nižší energie. Úspora je neuvěřitelně až 90% oproti standardnímu UV a 50% ve srovnání s LE-UV bez kompromisů v účinnosti a kvalitě. Navíc lze LED diody libovolně vypínat a zapínat v průběhu tisku bez nutnosti náběhových časů. To umožňuje snižování spotřeby energií při samotné produkci, kdy diody zhasínají a rozsvěcují se i mezi jednotlivými archy v tiskovém stroji.

Jinému zúsobu zasušování se samozřejmě musí podřídit i barvová nebo laková směs. Obsahuje tak oproti standardním UV barvám a lakům jiné fotoiniciátory, které spouštějí chemickou reakci polymerizace, a také jiné monomery a oligomery, ze kterých konečná tisková vrstva vznikne. I tady ale Heidelberg své zákazníky nenechává na holičkách a poskytuje ve svých spotřebních materiálech

Saphira vše potřebné pro bezproblémový LED-UV tisk. Modul DryStar LED je ekologický, protože neobsahuje rtuť. Navíc neemituje UV o vlnové délce 242 nm, která je zodpovědná za krátkodobou proměnu 3 molekul kyslíku (O2) na 2 molekuly ozónu (O3), který je životu nebezpečný.

Tím, že účinnost LED diod je v oblasti UV záření velmi vysoká, nejsou jimi emitovány infračervené paprsky a nedochází k tak velikému zahřívání substrátů. I proto je možné potiskovat tepleně citlivé materiály a navíc v plné rychlosti tiskového stroje jako v případě papíru. Heidelberg garantuje tisk v rychlostech až 18.000 a/h v UV kvalitě a se životností LED diod až 25.000 provozních hodin. Ta je oproti tak běžným UV lampách až pětinašobná a v mnoha případech „přežije“ samotný tiskový stroj. Zkompletovat portfolio UV technologií není jen planým prohlášením. Heidelberg již přes 2 roky testuje LED-UV technologii s modulem DryStar LED v Japonsku, kde jsou celosvětově nejprísnejší regule v otázkách životního prostředí. V letošním roce navíc proběhla první evropská instalace, úspěšný testovací provoz a následně uvedení do ostré produkce v tiskárně Abächerli Media AG ve švýcarském Sarnenu. Osmibarvový Speedmaster XL 75 s lakovací jednotkou a především s modulem DryStar LED byl představen v září a jak říká jednatel společnosti Christian Zemp: „Můžeme potiskovat metalizované papíry, podkladovou bílou a průhledné plasty. Máme větší svobodu při dalším zpracování po tisku, protože archy jsou okamžitě dále zpracovatelné bez nutnosti lakování ofsetových papírů. Tiskneme bez prášku a bez emisí ozónu, zápachu i tepla. Zlepšila se nám barevná hloubka i tonalita a přirovnal bych rozdíl LED a konvenčního tisku k rozdílu mezi běžnou a HD televizí.“

DryStar UV bude na evropském trhu k dispozici již od počátku roku 2016 a dokonce i pro stávající majitele UV tiskových strojů s možností retrofitu. Modul DryStar UV je k dispozici pro kompletní řadu archivových tiskových strojů firmy Heidelberg formátu B2 a B1 – Speedmaster XL 75, SX 102, CD/CX 102 a XL 106.

Tiskové UV technologie

	UV (tradiční, plné UV)	LE-UV (nízkoenergetické)	LED-UV
spotřeba energie	vysoká	nízká	zanedbatelná
zdroj záření	rtuťová lampa	rtuťová lampa	světelná dioda
emise škodlivin	vysoké	nízké	nejsou
zahřívání	vysoké	nízké	zanedbatelné
vhodné produkty	• nesavé materiály • luxusní obaly • luxusní obálky/časopisy • náročné etikety	• nesavé materiály • tzv. bleskové zakázky • méně náročné obaly	• nesavé materiály • tepelně citlivé materiály • tzv. bleskové zakázky • méně náročné obaly
vhodné aplikace	• metalické a perleťové laky • blister laky • podkladová bílá • silné drip-off efekty	• vysoce lesklé laky • podkladová bílá • střední drip-off efekty	• vysoce lesklé laky • podkladová bílá • střední drip-off efekty
typické provozy	obalářské podniky	časopisecká výroba, merkantil	časopisecká výroba, merkantil
zakázky	vysoké a střední náklady	střední a malé náklady	střední a malé náklady

Pro každou z technologií jsou jiná složení barev a laků a jiné fotoiniciátory. Všechny technologie lze použít pro koncové sušení ve vykladači i pro mezisušení.

HEIDELBERG 2005–2015

OHLÉDNUTÍ ZA JEDNOU DEKÁDOU

Společnost Heidelberger Druckmaschinen AG je největším výrobcem archových ofsetových strojů na světě. Během své stopadesátileté historie prošla firma nejrůznějším vývojem, a to z pohledu technologického, ekonomického, vlastnického atp. Zejména v posledních deseti letech, kdy celé odvětví čelí extrémním ekonomickým a technologickým tlakům, byly dodavatelé polygrafických strojů nuceni k mnoha fundamentálním změnám. Vzpomeňme na zásadní události v tradičních firmách jako Kodak, nebo manroland. Pro Heidelberg bylo období posledních deseti let mimořádně náročné. Musel přistoupit k radikálním změnám jak v portfoliu nabízených produktů a služeb, tak v nastavených interních strukturách a procesech. Výsledkem je ale očistěná firma, která, jak věříme je připravená na budoucnost, ať už bude jakákoliv. Během uplynulých let se k Vám dostávaly zprávy o důležitých změnách ve firmě, a tak jsme se rozhodli je nyní krátce shrnout.

2005/2006:

obrat: 3 586 mil EUR
výsledek: 135 mil EUR
zaměstnanci: 18 436



Podnikatelské klima celého polygrafického průmyslu zaznamenávalo v těchto letech nejvyšší úroveň od roku 2000. Také společnost Heidelberg se těšila z velmi vysokých tržeb a mohla dosáhnout více než dvojnásobného ročního čistého zisku oproti minulému roku. Heidelberger zahájil výrobu ve svém novém závodě v čínském Qingu (obl. Šanghaj).

2006/2007:

obrat: 3 803 mil EUR
výsledek: 144 mil EUR
zaměstnanci: 19 171



Stroj Speedmaster XL 105, poprvé představený na drupě 2004, se stal celosvětově prodejním hitem a již v roce 2006 byla dodána 1000. tisková jednotka tohoto stroje. Pro nadcházející hospodářský rok plánovala společnost Heidelberg vstup do nové, větší formátové třídy. Na veletrhu IPEX byl představen Anicolor – tiskový stroj s krátkými bezzónovými barevnými.

2007/2008:

obrat: 3 670 mil EUR
výsledek: 142 mil EUR
zaměstnanci: 19 596



Ve výrobním závodě Wiesloch-Walldorf byla vystavěna nová montážní hala pro výrobu a montáž strojů do velikosti archu 1,62 metrů. Heidelberg zahájil produkci tiskových strojů Speedmaster XL 145 a Speedmaster XL 162 s jasným úmyslem posílit svou pozici v oblasti výroby obalů.

2008/2009:

obrat: 2 999 mil EUR
výsledek: -249 mil EUR
zaměstnanci: 18 926



Ačkoliv veletrh drupa 2008 proběhl z pohledu společnosti Heidelberger Druckmaschinen AG úspěšně, celosvětová krize měla na celý polygrafický průmysl drtivý dopad, který zásadně zasáhl také dodavatele technologií. Tržby se propadly a společnost Heidelberg byla nucena snižovat náklady a zásadně reformovat firmu. Přípraveny byly změny ve struktuře firmy, nabízeném portfoliu a firma naplánovala redukci pracovních míst o 5000 osob.

2009/2010:

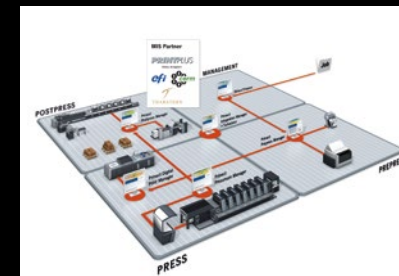
obrat: 2 306 mil EUR
výsledek: -229 mil EUR
zaměstnanci: 15 796



Heidelberg na veletrhu IPEX představuje nový stroj Speedmaster CX 102; slévárna Amstetten, která je součástí skupiny Heidelberg, slaví 25. výročí.

2010/2011:

obrat: 2 629 mil EUR
výsledek: -129 mil EUR
zaměstnanci: 15 197



Společnost vylepšila svou pozici v segmentu potisku obalů a představila nový stroj s inline výsekem na výrobu etiket Speedmaster XL 105-D. Čína se pro Heidelberg stává obrátově největším samostatným trhem. Heidelberg převzal belgickou firmu CERM pro další vývoj integračního a řídicího workflow Prinect.

2011/2012:

obrat: 2 596 mil EUR
výsledek: -230 mil EUR
zaměstnanci: 14 813



V roce 2011 zahájila společnost Heidelberger Druckmaschinen AG spolupráci s japonským výrobcem digitálních tiskových strojů Ricoh a posílila tak své zapojení do rostoucího segmentu digitálního tisku. Heidelberg představuje technologii nízkoeenergetického UV tisku a lakování LE-UV.

2012/2013:

obrat: 2 735 mil EUR
výsledek: -117 mil EUR
zaměstnanci: 13 694



Navzdory pozitivním impulsům z veletrhu drupa podnik citelně zatížily přetrvávající strukturální změny v branži. Naplánovány jsou další úsporná opatření vč. zrušení 2000 pracovních míst. Po mnoha letech odešel z funkce generálního ředitele B. Schreier a v čele firmy stanul Dr. Gerold Linzbach s jasnými restrukturalizačními cíli.

2013/2014

obrat: 2 434 mil EUR
výsledek: 4 mil EUR
zaměstnanci: 12 539



Po pěti ztrátových letech se Heidelberg znovu vrací do čistého zisku. Heidelberg uzavírá strategické partnerství se společností Fujifilm a ohlašuje záměr vlastního vývoje produktů pro digitální tisk. Heidelberg ukončil výrobu strojů pro V1 a V2 vazbu v závodě v Lipsku a výrobu strojů pro packaging převedl v OEM partnerství na firmu Masterworks a uvedl na trh nové packagingové stroje Promatrix a Diana Smart.

2014/2015:

obrat: 2 334 mil EUR
výsledek: -72 mil EUR
zaměstnanci: 11 951



Veškerý zájem se soustřeďuje na nové zaměření podniku. Heidelberg převzal firmu Gallus Holding AG, ve které vlastnil 30% podíl. Administrativa firmy vč. vedení se přestěhovalo do Wieslochu, v Heidelbergu zůstalo jen oddělení vývoje. Heidelberg přebírá evropskou delerskou skupinu PSG a posiluje v Evropě v oblasti spotřebních materiálů. Za spolupráce firem Heidelberg, Gallus a Fujifilm byl vyvinut nový hybridní tiskový stroj pro výrobu etiket Gallus DCS 340.

AKCE

LISTOPAD

- 4.–6. 11. Viscom, Düsseldorf (SRN)**
Veletrh vizuální komunikace.
- 10. 11. Packaging Day, Wiesloch (SRN)**
Vše pro tisk, výsek, lepení a skládání krabiček.
- 18.–21. 11. Prinect User Days, Heidelberg (SRN)**
Tradiční workshop pro uživatele Prinect.
- 26. 11. HEI Open Day, Wiesloch (SRN)**
Prezentace technologií pro komerční tiskárny.

LEDEN

- 28.–31. 1. Gastropack, Bratislava (SVK)**
Výstava obalových materiálů a balicí techniky.
- 30. 1.–2. 2. Paperworld, Frankfurt n. M. (SRN)**
Veletrh papírenských a kancelářských potřeb.

ÚNOR

- 17. 2. Stahlfolder & POLAR, Wiesloch (SRN)**
Prezentace skládacích a řezacích strojů.
- 23.–26. 2. PRINTexpo, Výstaviště Brno**
Veletrh technologií pro tisk, signmaking a signage.

KVĚTEN

- 10.–12. 5. Reklama & Polygraf, Praha**
Veletrh reklamy, médií, polygrafie a obalů.
- 31. 5.–10. 6. drupa, Düsseldorf (SRN)**
Největší veletrh polygrafie a tištěných médií.



Už žádné zkažené zakázky.

Řezačky Polar: rychlost, bezchybnost, automatizace.



distributed by
HEIDELBERG

