

A man with short grey hair, wearing a light blue button-down shirt, stands in a factory setting filled with industrial machinery, pipes, and valves. He is smiling and holding a large, translucent blue CD in front of him with both hands. The background is dark and industrial, with various mechanical components visible.

MH

MAGAZÍN HEIDELBERG

Vydáván od roku 2000

Vydání č. 59 – 1.2018

**OD GRAMODESEK
K POLYGRAFII**

M. ŠTĚRBA, GZ MEDIA

**DIGITALIZOVANÁ
POLYGRAFIE**

DR. HERMANN, DR. SCHMEDDING

**AUTONOMNÍ
TISK**

SPEEDMASTER CX 102

HEIDELBERG



18

GZ Media, a.s., je největším výrobcem vinylových desek na světě a zároveň jedním z největších polygrafických závodů v České republice.

O byznysu i technologické modernizaci jsme hovořili s Michalem Štěrbou, generálním ředitelem společnosti GZ Media, a.s.

9

Před dvěma roky byl představen Gallus Labelmaster – nový stroj pro výrobu etiket a flexibilních obalů. Seznamte se s tímto strojem blíže.



1.2018

34

Polygrafie prochází fundamentálními změnami. O tom, s jakými vizemi vstupuje do nové digitalizované polygrafie Heidelberg, jsme mluvili se zástupci vedení firmy – dr. Hermannem a dr. Schmeddingem.

44

Plnou automatizaci procesů a prvky autonomního tisku představujeme na konkrétním stroji – Speedmaster CX 102.

OBSAH
59

ROZHOVOR

- 18 Od gramodesek ke špičkové polygrafii**
Rozhovor s Michalem Štěrbou, generálním ředitelem GZ Media, a.s.
- 34 Vstříc nové digitalizované polygrafii**
Rozhovor s dr. Ulrichem Hermannem a dr. Davidem Schmeddingem z Heidelberger Druckmaschinen AG
- 54 Second handy v Heidelbergu systémově**
Rozhovor s Petrem Mlenským, Heidelberg Praha

PACKAGING & LABEL

- 9 Když etikety, tak Gallus Labelmaster**
- 14 Vícevrstvá etiketa**
- 17 Obal, který nechcete vyhodit**

TRENDY

- 4 Digitalizace vstupuje i do historických knih**
- 6 Nový model služeb Heidelberg Subscription**
- 15 V ofsetu dominuje Heidelberg**
- 26 Gallus Innovation Days 2018**
- 32 Technologická revoluce**
- 52 Čtete tištěné noviny a časopisy?**

TECHNOLOGIE

- 28 Vidíte jen špičku ledovce**
- 30 Nezávislý digitální tisk**
- 42 Všestranný, produktivní, a přitom úsporný**
- 44 Budoucnost patří plně automatizovanému autonomnímu tisku**
- 48 Omnifire 1000 4d**
- 50 Dokonalé obaly bez jediného kazu**
- 57 Problémy s papírem – vrásnění**

PANORAMA

- 58 Akce**

Vydavatel

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

Grafická úprava

Identita s.r.o.

Distribuce

SEND Předplatné spol. s r.o.

Náklad

1 000 ks (ISSN 1803-1722)



MOMENTKA

DIGITALIZACE VSTUPUJE I DO HISTORICKÝCH KNIH

Strahovská knihovna byla založena roku 1143 a její knižní sbírky obsahují kolem 200 000 svazků. Podstatnou část fondů tvoří staré tisky z let 1501–1800. Cenný je i fond prvotisků (přes 1500 svazků) a rukopisů (cca 3000 svazků), které se uchovávají ve speciální trezorové místnosti.

Od počátku 21. století začala digitalizace nejcennějších rukopisů a tisků z fondů Strahovské knihovny. V první řadě se jedná o digitalizaci středověkých rukopisů a unikátních památek podléhajících vzhledem k použitému materiálu zkáze.

Všechny digitalizované rukopisy a tisky si lze prohlédnout na stránkách <http://www.manuscriptorium.com>.

NOVÝ MODEL SLUŽEB HEIDELBERG SUBSCRIPTION

Představujeme vám nové pojetí zajištění výrobní kapacity, respektive nový způsob pořízení strojů a služeb – tzv. Subscription model. Toto pojetí komplexních služeb odpovídá požadavkům 21. století a zahrnuje nový způsob financování pořízení a provozování strojů, zařízení a systémů. Model Subscription posiluje naši pozici největšího světového výrobce polygrafických technologií. Od jeho letošního uvedení na trh byl tento model celosvětově aplikován již v téměř 30 případech pořízení nového stroje.

m

odel Subscription na první pohled připomíná operativní leasing. Prostřednictvím modelu Subscription nejen poskytujeme zákazníkovi technologické vybavení, ale nad rámec běžného operativního leasingu navazujeme s klientem také permanentní, velmi silnou vazbu. Podpora zákazníka z naší strany sestává z diagnostiky stroje, servisu, dodávek spotřebních materiálů, náhradních dílů, konzultací a mnoha dalších služeb.

Princip modelu Subscription

Zákazník si nekupuje stroj, ale pronajímá si od společnosti Heidelberg, resp. od nás jako obchodní a servisní pobočky, prodejní a výrobní kapacitu. O výrobní kapacitu se permanentně staráme a při tom zajišťujeme a garantujeme vysokou úroveň kvality a produktivity. Za to pobíráme sjednanou měsíční platbu. Zákazník tak prakticky nemusí vůbec řešit výrobní technologii. Starosti s aktuálním stavem výrobní kapacity přebírá Heidelberg jako největší světový výrobce polygrafických technologií.

Stojí za povšimnutí, z jakých dominantních trendů pramení rozhodnutí vypracovat model Subscription. Globální i národní polygrafické trhy jsou z pohledu zákazníka a celého odvětví ovlivňovány především digitalizací a automatizací. Tento trend úplně mění prostředí, v němž zákazníci podnikají. Musejí se především věnovat svému „core businessu“. Nezbyvají jim kapacity na to, aby řešili své stále sofistikovanější výrobní technologie, což se týká nejen servisu, ale hlavně maximalizace produktivity. Souběžně s tím je i u nás stále zřejmější, že personální náklady hrají čím dál podstatnější roli. Na programu dne je sílící tlak na maximalizaci produktivity. V silně konkurenčním prostředí už zákazník není schopen pouze vlastními

silami držet krok s nejlepšími lídry trhu. Do snahy o vyrovnané hospodaření firem zasahují klesající marže. Zákazníci jsou nuceni počítat každou korunu. V takové situaci firmy potřebují mít očekávatelné, předpověditelné náklady na provoz.

Jak funguje Subscription v praxi

Naši specialisté poskytují vstupní konzultace a analýzy. Spolu s klientem se také podílíme na definici cílů podnikání. Nedílnou součástí je vytipování příležitostí a rizik. Na základě vyhodnocení situace a předpokládané potřeby výrobní kapacity zákazníka se zvolí výrobní technologie. »

My se staráme o vaši výrobní kapacitu, vy se můžete soustředit na své zákazníky a business!

Díky Subscription modelu už se nemusíte zatěžovat starostmi s produkcí. Garanci vysoce efektivní výroby přebíráme my. Řešíme za vás nejen stav stroje a jeho opravy, ale sledujeme i jeho produktivitu a výkonnost. Samozřejmostí jsou také včasné dodávky potřebných spotřebních materiálů.

› tzn. stroj, software, integrace, servisní služby, spotřební materiály apod. Spolu se strojem získává zákazník veškerou další podporu, jako je permanentní diagnostika stavu stroje (služba Predictive Monitoring), servisní služby, dodávky spotřebních materiálů, náhradní díly, permanentní upgrade a update softwaru, trénink obsluhy, diagnostika výkonnosti atd. Zákazník platí fixní měsíční splátku, která je vázaná na stanovený měsíční nájezd na stroji. Podmínky jsou stanoveny individuálně, ale smlouva se uzavírá na přiměřený cyklus životnosti, řekněme průměrně pět let, kdy se obnovuje technologické zázemí, resp. celý stroj.

Co získává zákazník

Klient, konkrétně tiskárna, nemá prakticky žádné starosti s výrobní technologií. Dosahuje permanentně perfektní kvality a vysoké produktivity díky špičkovému technologickému a organizačnímu zázemí společnosti Heidelberg. A když říkáme Heidelberg, myslíme tím nejen naši výrobní základnu, ale i zkušenosti celé jeho obchodní a servisní sítě. Náš klient má vždy k dispozici nejmodernější technologie, jejichž obnova bude probíhat v modelu Subscription po vypršení cyklu. Zákazník může kalkulovat s naprosto předpověditelnými a plánovatelnými náklady na produkci. Výrazně se snižují personální náklady. Pomocí modelu Subscription se eliminují nahodilé výpadky ve výrobě, které mohou být způsobeny eventuálními poruchami strojů a zařízení. Výhody realizace modelu Subscription garantuje společnost Heidelberg. Provozovatel technologií Heidelberg se může specializovat a soustředit na svůj „core business“.

Trh se vyvíjí směrem ke specializaci a dělbě práce. Není to tak dávno, kdy měla

každá tiskárna větší či menší skupinu svých servisních mechaniků, resp. údržbářů. Postupně už si ale tiskárny nemohly dovolit držet své techniky, a hlavně stroje se staly tak pokročilými, že lidé z tiskárny je nebyli schopni opravovat. Dnes si polygrafické firmy prakticky veškerý servis strojů zajišťují pomocí outsourcingu. Tento trend nezadržitelně pokračuje. Špičkové firmy, lídři trhu, se dnes na vyspělých trzích orientují na poskytování služeb svým zákazníkům. Koncentrují své úsilí na obchod a marketing. Blíží

**ZÁKAZNÍK SI NEKUPUJE STROJ,
ALE ZAJIŠTĚNÍ VÝROBNÍ
KAPACITY NA GARANTOVANÉ
ÚROVNI PRODUKTIVITY.
TO POKRÝVÁ NEJEN PRONÁJEM
STROJE, ALE I ZAJIŠTĚNÍ
KOMPLETNÍCH SLUŽEB, JAKO
JSOU NÁHRADNÍ DÍLY, SERVIS,
SPOTŘEBNÍ MATERIÁLY, ŠKOLENÍ
OBSLUHY ATP.**

se doba, kdy budou prostřednictvím outsourcingu kompletně zajišťovat celé své výrobní kapacity. Stroje budou nainstalovány v tiskárnách a starost o ně převezme Heidelberg. Ve vzdálenější budoucnosti pravděpodobně půjde vývoj v tomto směru ještě dál a Heidelberg zajistí i tiskaře a ostatní personál.

Případové studie

Společnost Heidelberg vypracovala několik případových studií, které popisují úspěšné implementace modelu Subscription. Jedna z nich se týká společnosti FK Fürther Kartonagen, která se specializuje na výrobu skládaných obalů a je součástí skupiny podniků WEIG Packaging. Ve výrobním závodě FK Fürther Kartonagen v německém Emskirchenu byly nainstalovány dva tiskové stroje

**„V SOUČASNOSTI MÁME TĚMĚŘ
30 KONTRAKTŮ A DALŠÍCH ASI
120 ZÁJEMCŮ O MODEL
SUBSCRIPTION. DO ROKU 2022
CHCEME MÍT 250 KONTRAKTŮ.“**

DR. DAVID SCHMEDDING
HEAD OF CUSTOMER SEGMENT
MANAGEMENT & SUBSCRIPTION BUSINESS

Speedmaster XL 106 generace Drupa 2016 s technologiemi Push To Stop a Multicolor. Program pro FK Fürther Kartonagen podle modelu Subscription zahrnuje kromě tiskových strojů také všechny komponenty servisní péče, dodávku a výměnu potřebných náhradních dílů, všechny spotřební materiály potřebné k provozování tiskových strojů a také konzultační a školicí služby zaměřené na dosažení co nejvyššího využití tiskových strojů. Tiskárna má navíc k dispozici digitální řešení Heidelberg Assistant, které nabízíme od konce roku 2017. Heidelberg Assistant je k dispozici na pultu centrálního řízení a pomáhá plánovat údržbu a náhradní díly. Heidelberg Assistant je krokem k Industry 4.0.

Druhý příklad se týká společnosti Lensing Druck, která působí také v Německu, a sice v Dortmundu. Produkční řešení, která se používají ve firmě Lensing Druck, tvoří kombinace ofsetových a digitálních technologií. Řešení Subscription pro Lensing Druck vytvořila společnost Heidelberg jako ucelený byznysový model, který kombinuje tisk, software, servis a spotřební materiály. Z ofsetových technologií je součástí aplikace tiskový stroj Speedmaster XL 106 generace Drupa 2016 s technologií Push To Stop. Lensing Druck zaměstnává okolo jedné stovky pracovníků. Je tiskárnou komerčního charakteru a k dispozici má přes 6000 m² výrobní plochy.

Model Subscription nabízí společnost Heidelberg v celé své globální prodejní a servisní síti. Nyní se k aplikaci modelu Subscription v podmínkách českého trhu připojujeme i my, společnost Heidelberg Praha. ■



KDYŽ ETIKETY, TAK GALLUS LABELMASTER

Začleněním společnosti Gallus Ferd. Rüesch AG do skupiny podniků Heidelberg dostal nový impulz také vývoj a prodej rotačních tiskových strojů Gallus. Výsledkem je i nový Labelmaster, který byl poprvé představen v roce 2016 na Gallus Innovation Days. Na veletrhu Labelexpo Europe 2017 pak byla vystavena nejvyšší řada Labelmaster 440 Advanced. Výroba etiket na tomto stroji byla předvedena také na letošních Gallus Innovation Days 2018. K instalaci nových strojů Gallus Labelmaster se schyluje také v České republice. Potvrzuje se tak očekávání, že tento velmi produktivní a úsporný stroj osloví řadu výrobců etiket a flexibilních obalů.

Velmi vysoká rychlost tisku až 200 m/min.

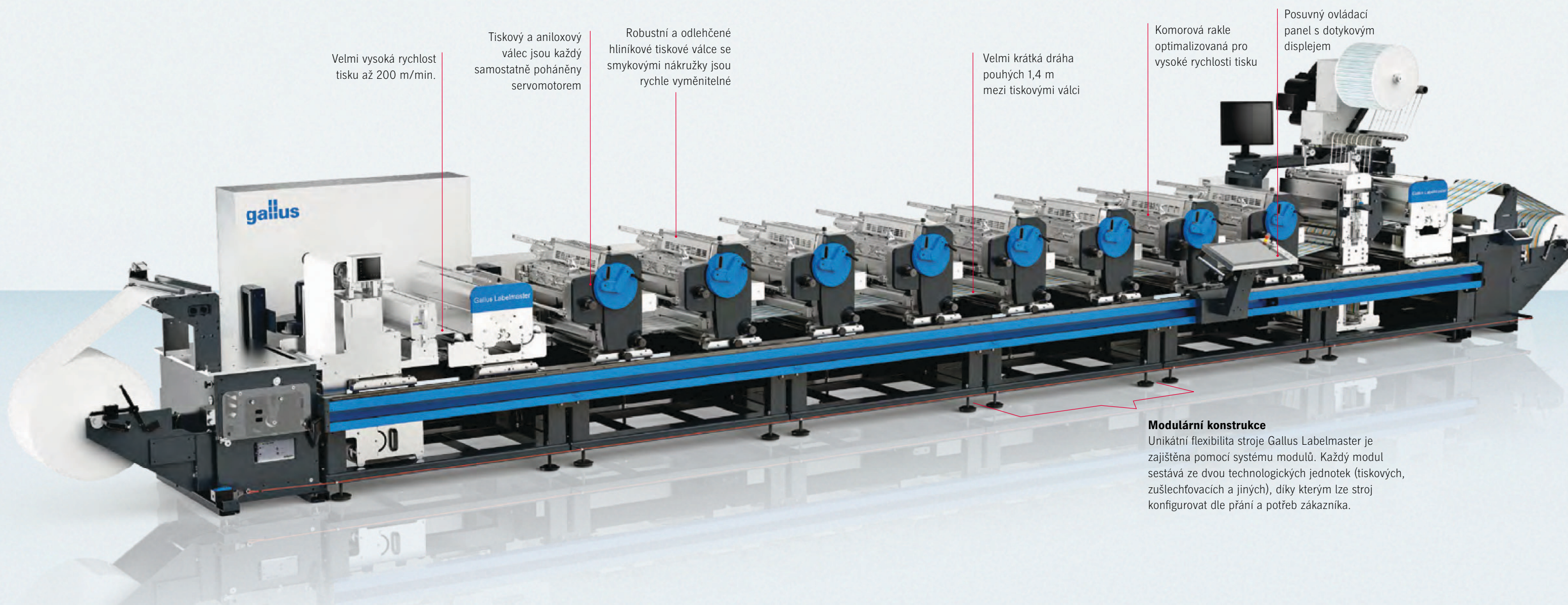
Tiskový a aniloxový válec jsou každý samostatně poháněny servomotorem

Robustní a odlehčené hliníkové tiskové válce se smykovými nákrůžky jsou rychle vyměnitelné

Velmi krátká dráha pouhých 1,4 m mezi tiskovými válci

Komorová rakle optimalizovaná pro vysoké rychlosti tisku

Posuvný ovládací panel s dotykovým displejem



Modulární konstrukce

Unikátní flexibilita stroje Gallus Labelmaster je zajištěna pomocí systému modulů. Každý modul sestává ze dvou technologických jednotek (tiskových, zušlechťovacích a jiných), díky kterým lze stroj konfigurovat dle přání a potřeb zákazníka.

Gallus Labelmaster

byl vyvinut s ohledem na současné trendy trhu etiket a flexibilních obalů. Důraz byl kladen na maximální automatizaci, která zkracuje přípravu zakázek na absolutní minimum a napomáhá také eliminaci lidských chyb. Dalším požadavkem trhu je, aby byl stroj schopen efektivně zpracovávat velké množství spíše menších a různorodých zakázek. Vedle automatizace přípravy na zakázku je proto velmi flexibilní v konfiguraci technologií a důraz byl kladen také na úspory rozjezdového a zbytkového materiálu. V neposlední řadě Labelmaster poskytuje perfektní kvalitu tisku, ať už z pohledu barevnosti, či soutisku. Gallus Labelmaster je nabízen ve třech verzích – základní, ekonomicky velmi výhodná verze zvládne drtivou většinu běžných zakázek, verze „Plus“ nabízí větší možnosti již ve standardu a další opční doplňky, nejvyšší verze „Advanced“ pak představuje bezkompromisní úroveň automatizace a technologického vybavení.

p

ojďme si tedy tuto švýcarskou novinku představit. Tiskový stroj Gallus Labelmaster odpovídá na současné požadavky trhu etiket a flexibilních obalů, jak je nastolují jejich výrobci a těm zase finální zákazníci. K základním požadavkům patří automatizace, která maximálně zrychluje nastavení stroje na příslušnou zakázku. S pomocí automatizace se minimalizují eventuální chyby obsluhy a maximalizuje se celková produktivita stroje. Výrobce etiket a provozovatel stroje se musí vyrovnat se skutečností, že obvyklé složení produkce je tvořeno velkým množstvím menších zakázek. Kromě automatizace přípravy na zakázku musí být tiskový stroj také velmi flexibilní v nastavení a musí se minimalizovat čas a materiál nezbytné na rozjezd zakázky. V neposlední řadě musí stroj poskytovat perfektní kvalitu tisku, ať už z pohledu barevnosti, či soutisku.

Nový Gallus Labelmaster splňuje všechny výše uvedené předpoklady. Tisk se vyznačuje sto procentní přesností soutisku. Ovládání je mimořádně jednoduché a centrální pult řízení s dotykovým panelem HMI je posuvný podél celého stroje. Vysoký stupeň automatizace nastavení a jednoduchá výměna odlehčených hliníkových válců s tiskovou formou zkracují přípravné časy na zakázku. Zásadní zkrácení délky dráhy média mezi tiskovými jednotkami na 1,4 m snižuje množství odpadu. Dalším příkladem snižování produkčních nákladů je také optimalizová-



Ovládání stroje je mimořádně jednoduché. Centrální řídicí pult s dotykovým displejem je posuvný podél celého stroje



Komorová rakle zamezují vytváření pěny a zajišťují optimální přenos barvy nebo laku

„NOVÝ SYSTÉM UMOŽŇUJE VELMI RYCHLOU VÝMĚNU TISKOVÝCH VÁLCŮ V ŘÁDU SEKUND!“



Výměna nových, odlehčených hliníkových válců s tiskovou formou zabere jen pár vteřin

vané množství barvy v komorové rakli, které vyžaduje pouze 250 gramů barvy. Komorová rakle je navržena tak, aby zamezila vytváření pěny v barvě nebo laku a zajistila optimální přenos na aniloxový válec. Labelmaster podporuje a umožňuje potiskovat velmi širokou škálu substrátů – papírů, samolepicích materiálů, kartonů, monofólií, obalových materiálů na výrobu tub apod. Tisk na stroji Labelmaster probíhá rychlostí až 200 m/min. Labelmaster potiskuje média o šířce až 445 mm, přičemž šířka potisku dosahuje 440 mm. Minimální šířka dráhy je pak 220 mm. Maximální délka formátu dosahuje 635 mm, minimální je 203,2 mm.

Labelmaster se stejně jako ostatní modely strojů Gallus vyznačuje vysoce modulárním pojetím konstrukčního řešení. Může být nakonfigurován přesně tak, aby maximálně vyhovoval potřebám zákazníka. V případě stroje Labelmaster byla tato schopnost ještě posílena. Tiskový stroj je na trhu k dispozici ve třech modelech, resp. variantách, které jsou samozřejmě založeny na shodné platformě, jež umožňuje pozdější upgrady a modernizace. Labelmaster v základní verzi reprezentuje řešení, které je optimální z pohledu poměru ceny a výkonu. Základní verze je ideální pro zákazníky, kteří teprve vstupují do segmentu výroby etiket. Vyšší řada „Plus“ nabízí k základnímu modelu i některá další řešení a opce jako například alternativní UV vytvrzování. Nejvyšší model „Advanced“ pak nabízí nejen technologickou (konfigurační) flexibilitu, ale také nejvyšší stupeň automatizace. Model

Advanced umožňuje velmi rychlou a snadnou výměnu tiskových a dokončovacích jednotek. Modulární pojetí umožňuje pomocí systému standardních a opčních řešení nakonfigurovat v podstatě jakoukoliv smysluplnou tiskovou linku, která vyhovuje produktovému profilu zákazníka. Na stroji Labelmaster mohou být nainstalovány válce v průměrech od 8" do 25".

Konstrukční platformu je možné bez přehánění označit slovem revoluční, jelikož umožňuje v podstatě personalizovat, resp. customizovat konkrétní konfiguraci a provedení v technologickém slova smyslu, s respektem k požadavkům konkrétního podnikatelského záměru. To platí především pro model Advanced. Nové tiskové jednotky umožňují na modelu Advanced jejich rychlé, snadné a přesné výměny pomocí nového systému upínání a synchronizace. Systém jejich ukotvení na stroji zajišťuje dodržení přesného soutisku při potisku celého spektra substrátů.

Flexotiskové jednotky vyvinuté speciálně pro stroje Labelmaster umožňují velmi rychlou výměnu tiskových válců, v podstatě v řádu sekund. Tiskové jednotky jsou vybaveny automatizovaným čištěním štoků, což podstatně urychluje a usnadňuje výměnu zakázky. Ke klíčovým charakteristikám tiskového stroje Gallus Labelmaster patří také dodržení stabilního a přesného soutisku při všech provozních režimech a tiskových rychlostech. Kromě standardních flexotiskových jednotek je možné do konfigurace zařadit také sítotisk a aplikaci studené i horké ražby fólie.

Při komplikovanosti některých procesů je třeba vždy dbát

„VELMI KRÁTKÁ DRÁHA POUHÝCH 1,4 M MEZI TISKOVÝMI VÁLCI.“

na jednoduchost obsluhy. To měli vývojáři Labelmasteru zjevně na paměti. Ovládání stroje je totiž naprosto intuitivní a přehledné. Tiskař ovládá stroj pomocí tzv. HDI panelu, který je posuvný po celé délce stroje.

Konfigurace a výbava tiskového stroje Labelmaster může vyhovovat všem segmentům výroby etiket. Je známou skutečností, že trh etiket se neustále rozvíjí. Požadavky rostou od nejjednodušších etiket pro oblast logistiky a evidence přes standardní etikety pro potravinářství a speciálně pro nápojový průmysl až k luxusním etiketám na léky, kosmetiku a vína. Ve všech těchto segmentech může

být Gallus Labelmaster optimální volbou. Po představení na Gallus Innovation Days 2016, na veletrhu Labelexpo 2017 a na Gallus Innovation Days 2018 vstupuje Gallus Labelmaster úspěšně na světový trh. České tiskárny zaměřené na výrobu etiket jsou nedílnou součástí vyspělých trhů. Bylo jenom otázkou krátké doby, kdy Gallus Labelmaster přijde i k nám. V příštích vydáních Magazínu Heidelberg vás již budeme informovat o prvních instalacích v České republice. ■



Labelmaster byl konstruován především pro efektivní zpracování velkého množství různorodých zakázek z oblasti etiket a flexibilních obalů

VÍCEVRSTVÁ ETIKETA

S

tále častějším požadavkem vznášeným vůči výrobcům etiket jsou vícevrstvé etikety. Rostoucí spotřebu vícevrstev etiket, resp. sendvičových etiket vyvolává nárůst norem v oblasti výroby a spotřeby. Informace a návody pro finálního konzumenta se prostě na jednodu-

chou etiketu nevejdou. Tiskový stroj Labelmaster si poradí i s vícevrstvními etiketami. Příkladem může být in-line výroba etikety se třemi funkčními plochami. Cest, jak vícevrstvou etiketu vyrobit, je více. My zde ukazujeme jednu z nich.

Podmínkou in-line zpracování dvou rolí materiálu jsou pochopitelně dva odvíječe, přičemž na každém je nasazena role samolepicího etiketového substrátu. Každý pás jako první operací prochází koronovací jednotkou.

Pás materiálu odvíjený z horní role je nejprve rozdělen na nosič a samolepicí vrstvu, v první flexotiskové jednotce černobíle potištěn na rubové straně a znovu „slaminován“. Na rubovou stranu horní vrstvy etikety se nejčastěji tisknou povinné informace, jako jsou pokyny pro bezpečné zacházení s výrobkem apod. Poté dojde v obracovacím zařízení k otočení pásu a na dalších tiskových jednotkách se lícová strana potiskuje barvami CMYK, v dalších jednotkách se pak provede studená ražba a lakování. Takto oboustranně potištěný horní pás se potom vede nad strojem až k laminovací jednotce. Předtím se ovšem odvine silikonový nosič, aby byla samostatná samolepka

připravená ke spojení s druhou rolí.

Druhá role je vedena spodní částí tiskové linky až k posledním třem tiskovým jednotkám, kde se vytiskne a polakuje spodní vrstva výsledné etikety. Spodní vrstva zpravidla obsahuje další informace o výrobku, resp. reklamní sdělení. Následuje spojení obou vrstev v laminovací jednotce, přičemž systém řízení registrů kontroluje přesné spasování. Výsledný pás s vícevrstvními etiketami pokračuje k vysekávací jednotce, potom se odvine mřížka a hotový produkt se navine na roli. ■

**ZDE ODLEPTE
VRCHNÍ VRSTVU**

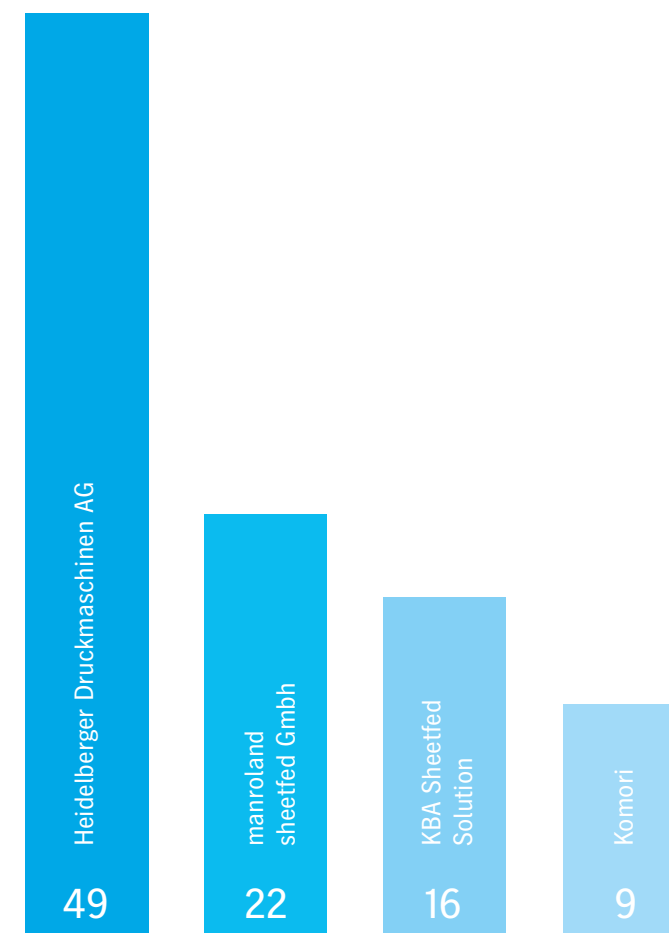
V OFSETU DOMINUJE HEIDELBERG

Každoročně se snažíme přinášet statistické ohlédnutí za vývojem polygrafického trhu u nás. Ani letos nevynecháme, a tak přinášíme základní statistiky prodeje ofsetových archových strojů v České republice v minulém roce. Uvedená data jsou z většiny převzata z oficiálních statistik Novin pro grafický průmysl a částečně doplněna o naše vlastní informace.

V

roce 2017 bylo v České republice nainstalováno 17 nových archových ofsetových strojů. Většina byla tvořena vícevěžovými (tzv. dlouhými) stroji. Celkově tak bylo nainstalováno 96 tiskových a lakovacích jednotek. Z toho celou polovinu zajistil Heidelberg. Dlouhodobý tržní podíl Heidelbergu je cca 40–50 %; i když v roce 2017 poklesly prodeje společnosti König & Bauer, z dlouhodobého hlediska je jednoznačnou dvojkou trhu – dlouhodobě tvoří Heidelberg a König & Bauer takřka 80 % trhu s archovými ofsetovými stroji. Ostatní dodavatelé procházejí určitými výkyvy – např. manroland po slabších předchozích letech zaznamenal hned 4 nové stroje v roce 2017 a přeskočil i König & Bauer, naopak japonští dodavatelé poslední dva roky vyklízejí pozice.

Na českém trhu se poslední léta prodá zhruba 100 tiskových a lakovacích jednotek archových ofsetových strojů ročně.



Počet nově prodaných tiskových a lakovacích věží archových ofsetových strojů v ČR (2017)

Zdroj: Noviny pro grafický průmysl, 1/2018

Výjimkou byl rok 2016, kdy se prodeje (hlavně vlivem nečerpání dotací z EU) propadly na cca 42 jednotek. Rok 2017 ale s počtem 96 jednotek znamenal návrat zpět na očekávaná čísla. Trendově je znatelný mírný pokles, který je částečně zapříčiněn nástupem digitálního tisku, ale především faktem, že dnes prodávané stroje mají násobně vyšší produktivitu. K udržení celkové výrobní kapacity je na trhu zkrátka třeba méně nových tiskových strojů než dříve.

To můžeme potvrdit i my. Již několik let se nám daří prodávat nejvýkonnější, plně automatizované stroje zastoupené konstrukčními řadami Speedmaster CX a Speedmaster XL. Je evidentní, že zákazníci investují především do strojů, které jsou velice produktivní a úsporné, a to nejen co se týče rychlosti tisku, ale také ve smyslu úspory času, rozjezdového materiálu atp. V České republice se zhruba před deseti lety velice výrazně posílil konkurenční boj, ceny spadly dramaticky dolů a tiskárny musely na novou situaci zareagovat. Protože prodejní cenu tiskovin jednoznačně diktuje trh, pochopila většina nejdůležitějších

► hráčů na trhu, že cesta k marži a zisku vede přes úspory ve výrobě, respektive racionalizaci celého businessu. Do popředí se dostala témata produktivity strojů a efektivního řízení tiskáren.

Investice tiskáren směřují k formátu B1

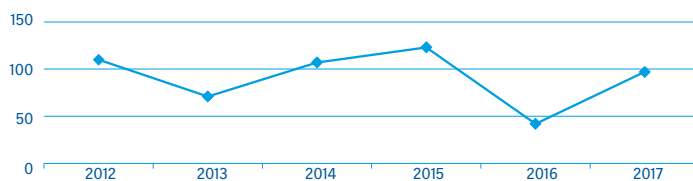
Z pohledu formátu se ukazuje, že v archovém ofsetu je malý formát B3 již definitivně utlumen (až na výjimky jej plně nahradil digitální tisk), formát B2 je sice možné stále provozovat velmi efektivně, ale dlouhodobě je na pozvolném ústupu. Investice naopak směřují nejvýrazněji do formátu B1, který je pro komerční tiskárny nejefektivnější a který si oblíbili i obaláři. Stabilní jsou investice do velmi velkých formátů B0+, ale český trh je na tyto stroje poměrně malý (na rozdíl např. od Polska) a kapacita trhu dosahuje dlouhodobě tak jednoho stroje ročně.

Prodeje nových strojů z hlediska formátů (vzestup B1, pokles B2, útlum B3) i z hlediska vybavení strojů (posilují investice do velmi dobře vybavených strojů s mnoha automatizačními prvky a inteligentními systémy) potvrzují jeden z mnoha viditelných trendů. A to že do nových technologií investují především silné, progresivní tiskárny. Ty pořizují nejproduktivnější, plně automatizované stroje a „dobrušují“ k dokonalosti celkovou efektivitu svých provozů, zatímco malé a střední podniky na zásadní investice nemají peníze a spíše bojují o udržení na trhu.

Slovenský trh

Doplňme ještě statistiky ze slovenského trhu. I zde si Heidelberg vydobyl vedoucí pozici mezi dodavateli archových ofsetových strojů. V roce 2017 bylo na Slovensku dle údajů Heidelbergu nainstalováno 5 nových archových ofsetových strojů (2× Heidelberg, 1× König & Bauer, 1× manroland a 1× Ryobi). Celkový počet nainstalovaných tiskových a lakovacích věží byl 36. Dva stroje byly formátu B2, dva formátu B1 a jeden velkoformátový. ■

Prodeje tiskových a lakovacích věží archových ofsetových strojů v ČR (2012–2017)



Zdroj: Heidelberg Praha spol. s r.o., Noviny pro grafický průmysl



OBAL, KTERÝ NECHCETE VYHODIT

Na konci svého životního cyklu skončí každý obal na skládce odpadů. Na počátku svého cyklu, v regálech obchodů, je ale klíčovým faktorem úspěchu prodej výrobku.

Všichni prodejci se proto snaží obalem zaujmout. Některé obaly jsou výrazně zdobené, jiné používají reflexní barvy, některé mají neobvyklé tvary. Pokud jste ale dostatečně kreativní, podaří se vám nalézt i jinou cestu. Jako v tomto případě, kdy je výrobek vlastně „jen“ nedílnou součástí obalu...

Tato papírová krabička v sobě skrývá sklenici medu. Což je všem hned jasné, protože je to vlastně malý úl. Možná budete mít i pocit, že to v úlu bzučí a na medu se stále pracuje... Tento pocit se jistě umocní, když zjistíte, že krabička obsahuje nejen onu sklenici medu, ale také papírové včelky. Možná že tento obal nebude znamenat, že si zákazník koupí právě tento výrobek, ale určitě si jej zapamatuje. ■



Rozhovor s Michalem Štěrbou, GZ Media, a.s.

OD GRAMODESEK KE ŠPIČKOVÉ POLYGRAFII

TEXT Gustav Konečný FOTO Roman Černý

GZ Media, a.s., je největším výrobcem vinylových desek na světě. Zároveň se jedná o jeden z největších polygrafických závodů v České republice s mimořádně širokým záběrem zušlechtnění tiskovin a jejich dalšího zpracování. Nedávno navíc v GZ Media doplnili strojový park o nový tiskový stroj Speedmaster XL 106, a tak jsme se do Loděnic u Berouna vypravili.

„GZ Media má zakódováno ve své firemním DNA, že umí reagovat na vnější impulzy. Když vidíme obchodní příležitost, snažíme se ji využít. Nestojíme na místě,“ říká Michal Štěrba, generální ředitel akciové společnosti GZ Media.

p

ane řediteli, jak jste se od výroby gramodesek propracovali až k jedné z nejkompexnějších tiskáren v Česku?

GZ Media (dříve Gramofonové závody) je firma, která je historicky spojena s výrobou gramofonových desek a později nosičů hudby, jako je kazeta, CD a DVD. Takto jsme vznikli a dodnes desky s radostí děláme. V oboru jsme největším výrobcem na světě, jako jedni z mála jsme je nikdy nepřestali vyrábět. Když končila deska, začali jsme vyrábět kazety. V roce 1988 jsme jako první firma ve východním bloku začali vyrábět CD. Okolo roku 2000 jsme pocítovali sílu nastupujícího internetu, hudba se začala šířit on-line, ať už legálně, či nelegálně. Podíl nosičů v našem výrobním portfoliu poklesl. Bylo na čase se podívat na jiné produkty spojené s hudbou. Začali jsme vyrábět obaly, které souvisely s hudbou a filmy. Místo hromadné výroby levných obalů, typickým byl přebal na CD, jsme postupně přecházeli na luxusní dárkové obaly.

Takové změny ovšem vyžadují řadu investic do tiskových strojů a dokončujícího zpracování ...

Novou část našeho byznysu spojenou s tiskem a obaly jsme začali budovat postupně. Transformace výrobního programu směrem k větší diverzifikaci není krátkodobou otázkou. Až jsme se vybavili a naučili se vyrábět luxusní obaly, bylo namísto využít vybudované kapacity a získané znalosti i mimo oblast hudebního průmyslu. Rozvinuli jsme výrobu luxusnějších i dražších obalů pro nejrůznější skupiny produktů, například pro mobilní telefony. Tato nová část našeho programu teď tvoří asi 40 % obrátu. Polygrafie se vedle desek stala nejsilnějším segmentem naší produkce.

Na webu uvádíte, že máte nejkompexnější polygrafický servis v České republice. Čím byste toto tvrzení podepřel?

Máme stroje špičkové kvality a mohli bychom se jimi pochlubit. Naší strategií ale je především produkt – jak a pro koho jej vyrábíme. Nikdy jsme se nezaměřovali na výrobu velkých objemů jednoduchých tiskovin. Říkám tomu žehlení papíru. Papír vstupuje čistý, vystupuje potištěný a každý halěr



„Tiskneme 24/7. Stroje Heidelberg jsou extrémně vytížené.“



„Polygrafie se vedle
desek stala nejsilnějším
segmentem
naší produkce.“

„Heidelberg vypracuje
analýzu investice,
namodeluje nasazení
stroje a vyčíslí vám
úspory v provozních
i mzdových nákladech.“

› nákladů je problém. Tento přístup nám nikdy nebyl vlastní, snažíme se o produkty s vyšší přidanou hodnotou. Abychom se vyhnuli kooperacím, vybavili jsme firmu co nejširším spektrem technologií. Opravdu neznám žádnou jinou firmu v Česku, která by měla v polygrafii tak široký záběr.

Jak byste charakterizoval vaše výrobní technologie?

Hlavní výrobní kapacitu v tisku tvoří archové ofsetové stroje. Máme šest tiskových strojů Heidelberg. Černobílé manuály tiskneme na rotačce VariQuick. V digitálním tisku máme moderní stroje, například HP Indigo 12000 nebo Xerox iGen4, a černobílé tiskové stroje Canon. Dobře jsme vybaveni v klasickém dokončujícím zpracování, jako je skládání, řezání či výroba vazby V1 a V2. V tuhé vazbě se zaměřujeme na speciality i s jistým podílem manuální práce, jako jsou velkoformátové knihy s vlepými nosiči atd. U luxusních obalů je nezbytný špičkový finishing. Prakticky každý obal má lamino, ražbu, slepotisk, parciální lak apod. Rozvíjíme oblast packagingu, a to v Loděnici i Soběslavi. Závod v Soběslavi jsme koupili v roce 2014. Specializujeme se v něm na výrobu potahované kartonáže. V základním závodě se zaměřujeme na menší packagingové zakázky, zatímco v jižních Čechách vyrábíme větší série.

Jak využíváte technologie UV?

Z šesti ofsetových tiskových strojů máme jednu UV konfiguraci s šesti tiskovými věžemi a lakovací jednotkou. Na každé tiskové jednotce jsou nasazeny UV barvy. S UV lakováním stroj dokáže tisknout zajímavé kombinace mat – lesk. UV tisk má řadu výhod, především rychlost schnutí a široké spektrum substrátů, které lze potiskovat. Ostatní stroje představují klasické, konvenční ofsetové technologie. Z pohledu efektivnosti, rychlosti nájezdu a dobarvení je každý konvenčně potíštěný arch levnější.

Jak se vám osvědčuje nový stroj Speedmaster XL 106-5+L?

Nejnovější stroj od Heidelbergu máme něco přes rok. Bez ohledu na to, že rozhovor děláme pro Magazin Heidelberg, ›

Říkám, že XL 106-5+L je nejlepší stroj, jaký jsme tady kdy měli. Je vybaven vším, co Heidelberg nabízí. Od automatického zakládání desek až po automatickou kontrolu barevnosti. XL 106 je velmi drahá investice, více než roční provoz nám ale prokázal, že jsme investovali dobře. Se strojem jsme naprosto spokojeni. Strojem XL jsme nahradili starší CD. Máme převahu krátkých zakázek. Jestli má stroj maximální rychlost 18 tisíc nebo 16 není pro nás až tak důležité. Podstatná je minimalizace ztrátových časů při změně zakázky. Zrovna tohle dělá Heidelberg velice dobře. Nejenže prodá stroj a zajišťuje servis, ale stará se i to, jestli jej správně využíváme. Pomáhá nám monitorovat efektivitu zpracování zakázek, jestli je máme ve správném pořadí, jak provádíme výměnu atd. Když porovnám nové XL s předchozím CD, které mělo také v B1 podobnou konfiguraci, výkony na novém stroji jsou o 40 % vyšší.

„U luxusních obalů je nezbytné špičkové zušlechtnění. Prakticky každý obal má lamino, ražbu, slepotisk, parciální lak apod.“

Jste s Heidelbergem dlouhodobými partnery, všichni by se divili, kdyby váš další stroj nebyl zase Heidelberg...

Ve firmě jsem od roku 2003 a nepamatuji taďy jiný archový ofsetový stroj než Heidelberg. V moderní historii GZ Media dodržujeme věrnost značce Heidelberg, ať už ve formátu B2, nebo nyní v B1. Na druhou stranu ani firma Heidelberg to u nás nemá jednoduché. O své místo musí pořád bojovat. Při každém investičním rozhodnutí děláme výběrové řízení a hlavním kritériem je poměr ceny, výkonu a kvality produktu. Zatím nám vždy vyšel nejlíp Heidelberg. Naštěstí pro GZ Media i pro Heidelberg. Se stroji Heidelberg umíme tisknout, vyrábějí kvalitní produkci. Firma má v Česku dobrý servis. Samozřejmě dodavatel chce – až budeme kupovat nový stroj –, abychom o změně značky moc nepřemýšleli. Až budeme pravděpodobně v příštím roce kupovat další stroj, nemusí nutně vyhrát Heidelberg. Není nejdůležitějším kritériem, že máme šest Heidelbergů. Při výběrovém řízení se jedná snad o podpůrné kritérium. Ve firmě vybalancováváme podíl ofsetu a digitálu. Nový stroj, o kterém uvažujeme v příštím roce, nemusí být nutně klasický ofsetový. V podstatě každé dva roky kupujeme nový tiskový stroj, ať už ofsetový, nebo digitální.

Jaké další polygrafické stroje vám dodal Heidelberg?

Od Heidelbergu nemáme jenom tiskové stroje. V letošním roce jsme si pořídili nový vysekávací stroj MK Easymatrix 106 CS. Stroj je vyroben v Číně. Ačkoliv máme ve firmě již několik čínských strojů, chvilu jsme váhali, jestli máme švýcarskou a německou technologii nahradit čínskou. Nakonec jsme uvěřili argumentům z Heidelbergu, který garantuje i kvalitu, a potvrzují, že stroj je srovnatelný s evropskými. Easymatrix funguje výborně, máme s ním nejlepší zkušenosti.

Vy asi nemáte potíže se servisem...

GZ Media je náročný zákazník. Stroje používáme 24 hodin denně, 7 dní v týdnu. Stroje jsou extrémně vytížené. Kdyby byl v poruše některý z klíčových strojů, bylo by to pořádně znát. K servisu bych řekl: Vždycky může být lépe. Z dostupných informací víme, že dostupnost a kvalita servisu jsou mezi existujícími výrobci nejlepší; nemluvíme o ceně.

Jak se vám zamlouvají analýzy, které Heidelberg provádí v rámci nabídky strojů?

Heidelberg skutečně vypracuje analýzu zamýšlené investice. Na základě vašich dat vám vymodeluje nasazení stroje v podmínkách konkrétní zakázkové struktury. Vyčíslí vám úspory na provozních i mzdových nákladech. I jiní dodavatelé mají podobnou metodiku, ale Heidelberg to dělá o něco lépe. Když vám stroj dodají, nenechají vás v tom. Když něco děláte špatně, pomáhají vám v odstranění nedostatků. Na stroji máme nepřetržitý provoz, střídají se při něm čtyři tiskaři. Heidelberg monitoruje jejich výkony a ukazuje na rezervy, které bychom v běžné provozní

40%

zvýšení produktivity na novém stroji XL oproti předchozímu CD

slepotě neodhalili. Heidelberg nabízí systém externího managementu kvality, který jde nad rámec běžného monitoringu chodu stroje.

Jak se vám daří za situace na pracovním trhu motivovat zaměstnance?

GZ Media zaměstnává téměř dva tisíce pracovníků, z toho v základním závodě v Loděnici 1600 a 250 v Soběslavi. Kvalita týmu je klíčovou podmínkou. Pracovní trh je takový, jaký je. Udržet dobrého pracovníka je náročné. Nebrečíme kvůli tomu; úkolem mým a kolegů z vedení společnosti je udržet a motivovat zaměstnance adekvátní odměnou, aby se nemuseli dívat ke konkurenci. Nejedná se ale jenom o mzdy – musíme mít vizi, že se firma o své zaměstnance postará i v horších časech. Mnozí naši tiskaři začínali jako pomocníci, vypracovali se a teď jsou v nejprestižnější kategorii našich zaměstnanců. Jednoduše řečeno, jsem pyšný na tým, který mám kolem sebe.

Všichni hovoří o průmyslu 4.0, Heidelberg v první řadě. Jak se na tyto trendy díváte do budoucna?

Průmysl 4.0 není jenom o budoucnosti, myslím, že se jedná už o přítomnost. Výsledkem přístupu k průmyslu 4.0 je co nejefektivnější výroba. Když jsme se před pěti šesti lety rozhodovali, jestli je lepší mít za kaširovacím strojem robota, který bude odebírat nakaširované produkty, nebo tam mít dva lidi, byla návratnost investice do robota pětiletá. Do toho se nikomu nechtělo. Když je dnes návratnost dvouletá, díváte se na to už jinak. Robotizace je dnes obrovské téma všude, i u nás ve firmě. Každý rok se snažíme odebrat část opakující se monotónní práce lidem a převést ji na stroje pomocí automatizace a robotizace. Automatizace se může týkat i administrativy. V GZ Media jsme zastánci průmyslu 4.0, ale ne za každou cenu – změny musí mít vždy nějakou vnitřní logiku.

Jaké jsou ekonomické výsledky GZ Media?

GZ Media v současnosti realizuje obrat 2,6 mld. Kč ročně. Společnost je stabilně zisková, což ve firmě se silnou polygrafickou výrobou nebývá úplně běžné. Zároveň většinu zisku vracíme nazpět od podnikání. Společnosti se i proto podařilo rozšířit podnikání od výroby desek a nosičů také o polygrafii a výrobu obalů. V uplynulých letech jsme se zaměřili na silnou expanzi v oboru gramofonových desek. V letech 1993 a 1994 jsme vyrobili ročně jenom asi 350 tisíc

desek, dneska vyrábíme 100 tisíc desek denně. Mnohonásobně převyšujeme i počty z dob největší slávy v letech 1988 a 1989. Kromě Česka vyrábíme desky také v Kanadě a USA a začínáme budovat výrobní kapacitu i ve Francii.

Jak se dnes desky prodávají?

Nám v podstatě lehce. Naším zákazníkem je většinou vydavatelství nebo přímo hudební skupina. Desky dodáme jako celek, zákazník si je dál distribuuje. Zjednodušeně řečeno, existují tři základní prodejní kanály. Prvním je internetový obchod, například Amazon, který je dneska největším světovým prodejcem vinylů. Druhým prodejním kanálem je vlastní prodej, který si hudební skupiny organizují na koncertech, festivalech, vlastních webech apod. Třetím kanálem jsou samostatné, většinou na řetězcích nezávislé vinyl-shopy.

Jak se rozvoj vaší společnosti promítne do polygrafie a packagingu?

V rámci udržení a rozvoje výroby hudebních nosičů jsme museli investovat do strojů, budov i do lidí. Teď přichází období, kdy se musíme rovnoměrně dívat oběma směry. Potřebujeme držet linii rozvoje výroby desek, ale máme před sebou i velký projekt změny a investic do polygrafie. Chceme poměrně zásadně změnit prostorové uspořádání výroby a s tím samozřejmě souvisí i rozvoj technologií. Zároveň se rozhlížíme i po vhodných akvizicích. ■

GALLUS INNOVATION DAYS 2018

Švýcarský St. Gallen, centrála společnosti Gallus ze skupiny Heidelberg a její nový showroom Print Media Center Label se ve dnech 26.–28. června staly středobodem světa etiket. Společnost Gallus si vždy k účasti na odborných veletrzích nebo na firemní prezentační akci připraví řadu novinek. Ani na Gallus Innovation Days 2018 tomu nemohlo být samozřejmě jinak.

t

ato technologická přehlídka pro odborníky z řad výrobců etiket a obalů se konala již potřetí. Naposledy, v roce 2016, se akce setkala s velkým ohlasem. Letos hned první den dorazily skoro tři stovky návštěvníků, kteří mohli zhlédnout hned několik novinek z portfolia Gallus. Status největší hvězdy získal nový stroj pro digitální tisk etiket – Smartfire. Toto tiskové zařízení se pyšní jednoduchým ovládáním a je určeno pro větší počet různorodých zakázek s nižším nákladem. Cenově se jedná o vhodnou alternativu pro ty, kdo se chtějí začít věnovat digitálnímu tisku. Dále byla vůbec poprvé živě prezentována nejvyšší řada strojů Labelmaster (Labemaster Advanced) a další zařízení jako inkjetový Labelfire 340,

Gallus RCS 430 či Gallus ECS 340, který je od svého nasazení celosvětově nejlépe prodávaným strojem, a to s více než pěti sty instalovanými kusy.

Ale zpět k novému stroji Gallus Smartfire, který byl představen ve světové premiéře. Mezi hlavní výhody tohoto stroje patří nižší investiční náročnost a snadné používání v běžných provozních podmínkách. Velice jednoduchá je kupříkladu instalace. Doslova stačí stroj zapojit do běžné elektroinstalace a začít tisknout. Gallus Smartfire nabízí výjimečnou kvalitu tisku při využití rozlišení 1600 dpi. Tiskový stroj je osazen osvědčenými inkjetovými hlavami Memjet. Při tisku se používají vodou ředitelné barvy, což znamená, že se pracovní a životní prostředí nezatěžuje těkavými organickými látkami. Provoz stroje Smartfire je úsporný i z hlediska redukce makulatury. Navíc k inkjetové tiskové jednotce je Smartfire vybaven i moduly pro laminování a vysekávání. Smartfire je vhodným tiskovým strojem pro firmy, které hodlají vstoupit do

etiketového byznysu. O stroji Smartfire přineseme detailní reportáž v příštích číslech našeho magazínu.

Kromě novinky – stroje Smartfire – byly na Gallus Innovation Days 2018 prezentovány také další stroje a zařízení. Gallus Labelmaster Advanced byl vybaven inovovaným řízením příčného i podélného registru. Gallus Labelfire 340 byl představen s novou digitální zúšlechťovací jednotkou DEU (Digital Embellishment Unit). Pomocí DEU lze na etiketu aplikovat matný, lesklý i parciální lak, který vytváří reliéfní efekty. Gallus RCS 430 byl doplněn přítiskem a Gallus ECS 340 obracécím zařízením.

Gallus Innovation Days 2018 byly opět mimořádně intenzivní přehlídkou hi-tech technologií pro výrobce etiket a obalů. Během tří dnů akci navštívilo více než 800 návštěvníků. ■



VIDÍTE JEN ŠPIČKU LEDOVCE



Běžné tiskoviny jsou jen špičkou ledovce.

Obě naše letošní novinky v oblasti digitálního tisku – Versafire EV a Versafire EP – zvládají ve špičkové kvalitě obrovské množství další produkce. Ať se jedná o potisk tenkých papírů od 52 g/m², recyklovaný papír, ofsetově předtiskovaná a perforovaná média, potisk fólií, metalických a strukturovaných papírů i magnetických substrátů, či potisk bannerů o délce až 1260 mm. Stroje Versafire jsou spolehlivými a všestrannými stroji.

Versafire EV – univerzální dělník

Versafire EV je mimořádně flexibilní tiskové zařízení vhodnější především pro menší počet zakázek, které jsou různorodé. Uživatelé u tohoto modelu, který vychází z ověřené řady CV, určitě ocení možnost využití klasického CMYKu, který lze doplnit o čirý toner vytvářející lakové efekty a toner s bílou barvou, žlutou barvou či s neověně růžovou nebo takzvanou neviditelnou červenou. Potěšující je určitě fakt, že nově je možné tisknout s podkladovou bílou s CMYK přetiskem na jeden průchod.

Nová generace EV se také pyšní vysokou tiskovou produktivitou, a to až 2850 archů A3 za hodinu nebo 95 stran A4 za minutu (jednostranně). K dispozici je ale i tisk v oboustranném režimu až do velikosti 330 × 770 milimetrů (typické například pro bannery ve veřejné dopravě a tak podobně). U jednostranného tisku lze dokonce tisknout

až do formátu 330 × 1260 milimetrů! To znamená, že na tomto stroji lze vytvořit dlouhý banner sestávající z 12 stran A4! Co se týče podporovaných substrátů, tak lze tisknout na různé tiskové materiály od tenkých papírů přes tuhé materiály, včetně silných a strukturovaných materiálů, až do 360 g/m². Problémem ale není ani potisk metalických papírů nebo fólií.

„ZATÍMCO VERSAFIRE EV JE VHODNÝ SPÍŠE PRO MENŠÍ POČET RŮZNORODÝCH ZAKÁZEK, MODEL VERSAFIRE EP JE PRŮMYSLVÝM TISKOVÝM ZAŘÍZENÍM.“

Z dalších vylepšení lze zmínit třeba osazení stroje hned čtyřmi rozfuky pro lepší podávání papíru (doposud byly jen dva) a absenci mechanických prvků; vše je nyní řešeno podtlakově. Pomocí nástroje Media Management Tool lze uložit nastavení až pro 1000 různých druhů papíru. Operátorům zase usnadní život několik čidel, které dokážou detekovat přesnou pozici papíru v případě jeho záseku, což urychlí jeho odstranění. Za zmínku stojí také skener s rozlišením 600 dpi, který pobere až 120 stran za minutu jednostranně a až 220 při oboustranném tisku.

Versafire EP – špičkový produkční stroj

Versafire EP je podobně jako model EV inovovanou novou generací (v tomto případě stroje Versafire CP). U Versafire EP se oproti

modelu EV již jedná o stroj určený pro nejvyšší tiskovou zátěž a mimořádnou produktivitu. Tomu odpovídají prakticky všechny technické aspekty stroje. Produktivita činí až 4550 archů A3 za hodinu nebo 135 stran ve formátu A4 za minutu při jednostranné variantě tisku. Maximální měsíční zatížení u tohoto stroje činí úctyhodných půl milionu archů ve formátu A3 (jednostranně). Průmyslovému zaměření stroje odpovídají také zásobníky papíru – na 18 100 archů. Škála potisknutelných materiálů je mimořádně pestrá. Potiskovat lze papíry až do 450 g/m². K dispozici jsou klasické barvy CMYK. Vylepšení dostaly tiskové lasery pro zvýšení kvality tisku. Versafire EP dokáže potisknout archy až do velikosti 330 × 1260 milimetrů jednostranně a 330 × 1030 milimetrů oboustranně. ■

NEZÁVISLÝ DIGITÁLNÍ TISK

Prinect Digital Frontend (DFE) je systém pro správu a přípravu zakázek na digitálních tiskových strojích. Díky Prinect DFE se z digitálního tiskového stroje stává samostatné pracoviště nezávislé na provedení předtiskové přípravy jiným oddělením tiskárny. Tuto ovládací jednotku naleznete v tiskových strojích Versafire EV a EP. Lze ji využívat odděleně přímo na stroji, nebo ji integrovat do workflow tiskárny.

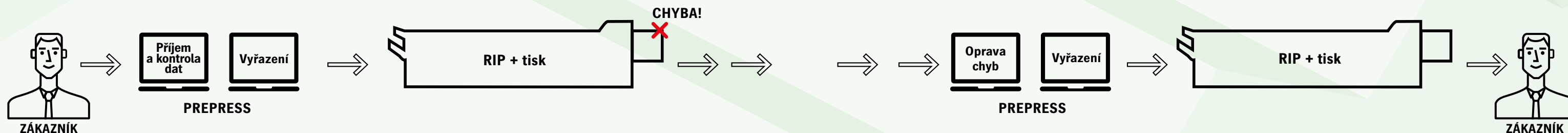
VERSAFIRE + PRINECT DFE

prepressové operace součástí ovládání digitálního stroje



BĚŽNÉ ŘEŠENÍ

prepressové pracoviště oddělené od digitálního tisku



KONTROLA DAT

Prinect DFE v podstatě zajišťuje kompletní předtiskovou přípravu dat vč. RIPu. Pomocí metody Drag and drop (přetažení souborů myši do okna programu) nahrajete tisková data. Podle zvoleného profilu (preflightu) jsou data zkontrolována a připraví se report v PDF, který lze odeslat zákazníkovi ke schválení, nebo jej rovnou přiložit k zakázce a tisknout. Lze nastavit konkrétní kvalitativní parametry (např. rozlišení, barevnostní rozhraní atp.), při jejichž nedosažení dojde k pozastavení automatického zpracování zakázky.

NASTAVENÍ PARAMETRŮ A VYŘAZENÍ

V okně s náhledem všech stránek z PDF zvolíte stránky nebo části, které chcete vyřadit. Není nutné žádné extrahování, vše se děje v reálném čase. Náhled obsahuje všechny informace – kompletní číslování, schéma, jejich formát atp. Můžete navolit počet kopií, rozpaly a další parametry zakázky. Znovu stojí za připomenutí, že všechny potenciální úpravy vidí obsluha stroje v rámci náhledu na obrazovce. To platí i pro dobarvování a korigování barevnosti či při lakování (případně tisk efektoými „pátými“ barvami), kdy je zvýrazněna potiskovaná plocha, na níž bude efekt použit. Lze navolit i tiskové značky včetně infotextu. Do něj lze napsat jak údaje o zpracování zakázky (například „chybí spadávka, přesto řezat“), tak třeba informace o termínu, do kterého je nutné zakázku expedovat. Pro dokončení tisku stačí už jen zadat počet užitků a DFE sám spočítá, kolik archů se vytiskne.

PŘÍPRAVA DAT PRO DIGITÁLNÍ TISK

Většina ofsetových tiskáren má problémy s přípravou dat pro digitální tisk. Zakázky pro digitální tisk jsou obvykle zpracovávány prepressovým studiem pro ofsetový tisk. To samozřejmě zdržuje celý proces tisku. Nemluvě o situaci, kdy data nejsou 100% korektní nebo se při tisku zjistí, že je třeba nějaká úprava (např. větší odstup pro prořez). Pak se musí data z digitálního tiskového pracoviště vrátit zpět do prepressového studia a celý proces je velmi náročný a zdlouhavý. Vzhledem k tomu, že digitální tisk je koncipován pro malé a rychlé zakázky, je na pracovníka připravujícího data vyvíjen zbytečný tlak.

NEZÁVISLÝ DIGITÁLNÍ TISK

Prinect DFE přetváří digitální tiskový stroj v samostatné pracoviště, které je schopno připravovat tisková data a digitálně tisknout bez nutnosti použití dalších programů a pracovníků. Samozřejmě se očekává, že operátor obsluhující digitální tiskové zařízení bude o něco zkušenější než klasický tiskař; musí vědět, jak má vyřazovat, jak bude probíhat následné zpracování atp. Uživatelská náročnost programu ale nepřekračuje zažité standardy, takže obsluze určitě nezpůsobí žádné komplikace.

HOTFOLDERS

Při opakovaných zakázkách je možné využít takzvaných hotfolders. Jedná se o adresáře s uloženým nastavením, díky kterým systém po nahrání PDF začne automaticky pracovat s uloženou konfigurací.

MOMENTKA

TECHNOLOGICKÁ REVOLUCE

Svět prochází digitální revolucí. Jak se promítá do našeho každodenního života? Jak ovlivňují nové digitální možnosti byznys, ekonomiku i celou společnost?

Platforma Alter Eko, na které se od roku 2011 pravidelně setkávají špičkoví ekonomové, byznysmeni a akademici, vydala letos studii „8 megatrendů, které (z)mění svět“. V ní analyzuje hlavní globální trendy, které principiálně změní naši společnost.

Jedním z globálních megatrendů, které studie uvádí, je technologická revoluce. K ní autoři studie mimo jiné uvádějí: „V současnosti má třetina populace Země v kapse počítač s větší kapacitou a rychlostí, než jakou disponovaly stroje pomáhající NASA přistát na Měsíci. V roce 2021 by měli mít prostřednictvím chytrého telefonu k dispozici srovnatelný potenciál již dva lidé z pěti. Ruku v ruce s tím dále poroste (nejen) hospodářská síla platform a obecněji technologických společností, které se již dnes mohou co do počtu uživatelů směle srovnávat s nejlidnatějšími zeměmi světa. Data v rukou největších technologických společností umožňují předvídat a ovlivňovat chování stovek milionů lidí.“

Studie poukazuje na fakt, že virtuální svět vytvořil nové, početné komunity, které svými rozměry převyšují úroveň států. Nejpočetnější světovou komunitou je tak Facebook s téměř 1,6 mld. členů, přičemž až na druhém a třetím místě jsou nejlidnatější státy světa – Čína a Indie s 1,4, resp. 1,3 mld. členů/obyvatel. Na dalších místech jsou již ale výhradně virtuální komunity – YouTube (1 mld.), WhatsApp (1 mld.), WeChat (650 mil.), Alibaba (407 mil.) atd. V první desítce nejpočetnějších světových komunit bychom našli 3 státy (vedle Číny a Indie je to USA) a 7 virtuálních společenství.

Celá studie je volně ke stažení na portálu Alter Eko (www.altereko.info).

VSTŘÍC NOVÉ DIGITALIZOVANÉ POLYGRAFII

Rozhovor s členem představenstva Heidelberger Druckmaschinen AG dr. Ulrichem Hermannem a dr. Davidem Schmeddingem, zodpovědným za Subscription model.



V srpnu navštívili Českou republiku zástupci mateřského závodu Heidelberg Druckmaschinen AG. Prezentovali změny v obchodní strategii Heidelbergu a seznámili se také s některými tiskárnami v České republice. V Magazínu Heidelberg přinášíme rozhovor s členem představenstva prof. dr. Ulrichem Hermannem (52), jenž zastává pozici Chief Digital Officer, a dr. Davidem Schmeddingem (41), který je odpovědný za obchodní model Subscription.

h

Heidelberg se digitalizuje. Ale součástí nabídky Heidelbergu byly vždy i digitální technologie, co se tedy teď mění?

Hermann: Heidelberg byl po mnoho let velmi digitalizovanou společností, stačí vzpomenout 90. léta, když jsme přišli s technologií CtP. Nyní je náš ofsetový tiskový stroj jedním z nejvíce digitalizovaných průmyslových zařízení, jaká známe. Také tiskový proces je zdigitalizovaný, jeho velkou část tvoří software. Nejen že pomocí digitalizace řídíme tiskový stroj, ale optimalizujeme i celý průchod zakázky tiskárnou. Tok zakázek je čím dál autonomnější. Systém radí tiskaři, jak minimalizovat makulaturu, jak řídit kvalitu, snižovat čas potřebný k tisku zakázky apod. A taky bych rád dodal, že Heidelberg byl již v roce 2004 vůbec prvním strojírenským výrobcem na světě, který připojil své tiskové stroje k systému, jemuž se dnes říká cloud. Důvod byl jednoduchý: Proč by nám měl

telefonovat tiskař, když má nějaký problém se strojem, když se může ozvat samotný stroj?

Jak nový trend totální digitalizace souvisí s již známými koncepty Smart print shop a Push To Stop?

Hermann: Smart print shop zpracovává optimalizovanou posloupnost zakázek v procesu autonomního tisku, v konceptu známém pod pojmem Push To Stop. Dnes může systém sám identifikovat, jaký je stav stroje, a připravit servisní zásah mnohem líp, než by to dokázal člověk. V současné době posílají tisíce senzorů každou sekundu data z tiskových strojů do cloudu. Můžeme začít používat tato data, abychom vytvořili prediktivní analytický model, že například v příštím týdnu v úterý dojde k poruše UV zářiče a ten může být včas vyměněn v době, kdy se střídají zakázky. Na základě dat můžeme sestavit plán údržby tiskového stroje. Vše se odvíjí od stroje jako produktu, který je čím dál inteligentnější, přes software vytvářející propojený systém. V takovém softwarovém prostředí má smysl hovořit o inteligentní tiskárně.

Znamená to, že komplexnost zakázek a obtížnost jejich plánování jsou už natolik složité, že člověk nemůže sám efektivně řídit tok prací s narůstajícím počtem požadavků?

Hermann: Zjistili jsme, že asi 80 % ziskovosti tiskárny závisí na lepším využití systému a kapacit a jenom 20 % na úsporách materiálu, třeba že spotřebuje méně tiskových desek apod. To může mít docela důležitý dopad na rozhodování v tiskárně. Nemůžete zkrátka ušetřit peníze, když jich spoustu vyhodíte tím, že nedostatečně využíváte všechny možnosti systému. Začínáme s novým modelem podnikání a byznysu, který se velmi liší od toho, co jsme znali v minulosti. Nejedná se pouze o digitálně řízené ofsetové stroje, eventuálně o digitální

technologie tisku, ale o digitální interakce se zákazníky. Nastupuje digitální ekonomie.

Digitální poskytovatelé digitálního byznysu, digitální ekonomie – není té digitalizace trochu moc?

Hermann: Digitální revoluce se netýká jenom polygrafie. Stále více výrobců neprodává pouze výrobky, ale prodává komplexní systémy zaručující co nejefektivnější využití jejich výrobků. Dodavatelé sledují využití svých produktů, ale podmínkou je, že jsou toho schopni. Znalost pramení z průmyslu, který vyrostl okolo softwaru na bázi cloudu. Softwaroví vývojáři si mohou odvodit a chápou, co přináší skutečnou hodnotu. To vše přináší změnu byznysového modelu, v němž už zákazník neplatí za to, že má produkt ve vlastnictví, ale za využití kapacit, které mu nabízí. Příkladem je třeba

„Chceme být co nejbližší celému tvůrčímu procesu našich zákazníků.“

„Také u našich technologií
přebírá hlavní roli
při vytváření hodnoty
software.“

David Schmedding

› digitální služba v oblasti hudby Spotify, kde platíte za možnost poslouchat muziku. Když uspořádáte večírek, nemusíte kupovat zařízení a nosiče s oblíbenými songy, ale platíte jenom nějaký měsíční paušál. Produktem jsou v tomto případě nahrávky. Podobnými změnami nyní prochází rovněž polygrafie. Heidelberg neprodává pouze stroje, ale příjmy se generují z jejich výkonů a výsledků celého systému nasazení těchto strojů. Stále silnějším propojením se zákazníky vytváříme komplexní systém, který vede k neustálému nárůstu zkušeností, k posilování odpovědnosti a ke zvyšování produktivity celého systému.

Schmedding: Vše směřuje k našemu obchodnímu modelu Subscription, který jsme představili. Platí se v něm za poskytnutou kapacitu stroje, za vytištěnou stránku. V ceně za stránku jsou zahrnuty veškeré služby systému, který funguje na vysokém stupni produktivity. Myslím, že toto vše je velmi odlišné od analogového systému, kde prodáváte produkt, ať už ofsetový, nebo digitální tiskový stroj, a necháte tiskaře, aby okolo něj běhal kolem dokola. V modelu předplatného sledujeme úroveň produktivity, přebíráme víc a víc odpovědnosti a zákazník nás platí za výsledky.

Po léta platilo, že strojírenství tvoří základ úspěchů německého průmyslu. Nastupuje digitální éra, kde digitalizace je jakýsi doplněk či nadstavba, která generuje novou přidanou hodnotu. Rozumíme tomu správně?

Hermann: V roce 2000 se softwarový průmysl nacházel v krizi. Nikdo nechtěl platit za nové softwarové nástroje, lidé si chtěli stahovat zdarma vše z internetu. Dnešní podobu softwarového průmyslu, jeho prodejní sílu, za kterou se platí, ukazují například Adobe, Microsoft, a dokonce Apple. Byznys Applu je dnes založen na aplikacích, které podporují propojování lidí. Software je to, co přináší zákazníkům hodnotu a za co konec konců platí. S vlastním hardwarem mají lidé zkušenosti, ale až software pro ně vytváří hodnotu, za niž je zákazník ochoten platit. Software sám o sobě nepředstavuje přidanou hodnotu, ale umožňuje, aby ji zákazník mohl vytvářet. Tento postup je nyní mnohem důležitější, než tomu bylo v minulosti. Softwarem je podmíněno stále víc a víc mechanických funkcí strojů. Dobře je to vidět na vývoji aut, která nabízejí stále víc funkcí podmíněných pokročilým softwarem. Moderní auta, a zejména elektromobily jsou bez softwaru nemyslitelné. Podobně je tomu i v případě polygrafických strojů a zařízení, kde software přejímá hlavní roli při vytváření hodnoty a je základem při rozlišování přínosu jednotlivých produktů polygrafického strojírenství. Stroj a jeho software spolu se softwarem u zákazníka vytvářejí vzájemnou konektivitu založenou na sdílení dat. V případě automobilu také platíte za to, jak funguje, podobně v tisku za potíštěný arch.

Z toho, co říkáte, vyplývá, že vaší úlohou v Heidelbergu je vyvolat také změny v organizaci. Nejen ve způsobu, jak prodávat stroje zákazníkům, ale i v poměrech uvnitř společnosti...

Hermann: V minulosti bylo naší snahou prodat produkt, hlavně tedy ofsetový tiskový stroj, zákazníkovi, který jej potom využíval. Postupně víc a víc převládalo pojetí, že prodáváme řešení, která přinášejí zákazníkovi prospěch tím, že u něj vytvářejí hodnotu. Vše bylo ale založeno na vlastnění stroje tiskárnou. Potřebovali jsme však lépe porozumět procesům, které u zákazníka probíhají. Dospěli jsme k přesvědčení, že musíme lépe organizovat způsob, jakým

► zákazník využívá náš produkt, a ne pouze z pohledu produktu. Chceme víc vědět o segmentu, v němž se zákazník pohybuje, chceme znát klíčové otázky, které řeší, aby dosáhl zisku, jaké má požadavky na naše řešení apod., a to vše v systému tvořeném strojem, softwarem, servisem a spotřebními materiály.

Jak konkrétně se mění organizace Heidelbergu v souvislosti s trendy, o kterých hovoříte?

Hermann: Naše nové pojetí samozřejmě vyvolává i potřebu změn v naší vnitřní organizaci. Potřebujeme spojit některá oddělení a nově organizaci rozdělit, aby lépe odpovídala potřebám zákazníků. Jednu z organizačních jednotek vede Stephan Plenz, Chief Technology Officer of Digital Technology, a ustavili jsme také divizi, kterou vede jako Chief Digital Officer Lifecycle Solutions, a jsem tedy odpovědný za stroj u zákazníka, kdy u něj naše technologie začíná pracovat a vytvářet jeho zisk. Tyto činnosti zahrnují podporu zákazníka softwarem, spotřebními materiály, servisem apod. Během životnosti našich strojů u zákazníka se vytváří okolo poloviny příslušných příjmů z tohoto zařízení v rámci celé Heidelberg Group. Stephan působí uvnitř společnosti, vyrábí technologie pro Smart print shop a já je využívám u zákazníka. Nový způsob naší práce se zákazníkem se celkově liší od dřívějšíka, kdy jsme mu prodali stroj a on zaplatil; nyní chápeme kontrakt jako vztah se zákazníkem, který pokračuje po celou dobu životnosti stroje. Součástí kontraktu se stává vše, co pomáhá zákazníkovi

plně využít tiskový stroj, jako je třeba CtP, tiskové desky atd. Heidelberg se v porovnání s tradičními postupy posunuje k velmi odlišnému modelu byznysu, který známe ze softwarového průmyslu. Připomínám jako příklad Adobe, který v roce 2011 nastartoval nový obchodní model. V průmyslu okolo softwaru je výrobce také mnohem těsněji spjat s uživatelem. V oblasti softwaru, kde se každých šest či dvanáct měsíců mění verze, by už jiný model neobstál, vedl by k rychlému zastarávání softwaru u uživatele.

Schmedding: Na změnu modelu působí i stabilní růst objemu produkce u zákazníků Heidelbergu. Růst produkce si vyžaduje i změnu obchodního modelu. Před řekneme dvacet lety byl tiskař pyšný, když měl nový stroj, třeba právě Heidelberg. Zvyšovalo to jeho prestiž na trhu. Dnes je mnohem víc zaměřen na byznys, produkt a produktivitu.

80 %

ziskovosti tiskárny závisí na lepším využití systému a kapacit a jenom 20 % na úsporách materiálů

S jakými ekonomickými dopady aplikací nového obchodního modelu a totální digitalizace počítá vedení Heidelbergu?

Hermann: Heidelberg, který má nyní roční obrat 2,5 mld. eur, chce mít v roce 2022 tři miliardy. To znamená každoročně přibližně nárůst o 100 milionů, což je vlastně úkol pro nás i naše dceřiné společnosti. Prvním zdrojem nárůstu jsou nové digitální technologie pro packaging, jako je například tiskový stroj Primefire nebo v etiketovém byznysu Labelfire, které mohou zákazníkům přinášet novou hodnotu. Dalším zdrojem je tradiční cesta nárůstu výroby a prodeje tiskových strojů, třeba vývojem nové produktové řady. V těchto oblastech kalkulujeme s růstem prodeje o 200 mil. eur. Slibný je vývoj nových tiskových barev k těmto novým tiskovým strojům, které by se na nárůstu obratu mohly podílet také 200 milionů, což je konzervativní odhad. Kalkulujeme, že růst prodeje dalších našich spotřebních materiálů umožní zvýšit tržby o dalších 150 mil. eur.

S jakou pozicí na globálním trhu do budoucna počítáte?

Hermann: Náš tržní podíl v ofsetových tiskových strojích

činí 40 %. Jsme naprosto jasným lídrem v komerčním i packagingovém oboru tisku. Vyrábíme dokonce víc strojů pro packaging než naši konkurenti. Ve spotřebních materiálech jsme největším světovým distributorem – prodáme jich ročně za 450 mil. eur, což je asi 8 % celosvětového prodeje. Vidíme, že tady je kontrast mezi 40 % strojů a 8 % spotřebních materiálů. Kdyby všechny naše stroje používaly také naše spotřební materiály, byla by tady velká šance na růst obratu. Pokud by všichni naši zákazníci, kteří jsou nyní se svými stroji propojeni v cloudu, kupovali také služby, materiály, servis, zkrátka všechno dohromady jako kompletní řešení v novém byznysovém modelu, kdy budou platit za tiskový výkon – potom odhaduji nárůst prodeje až o 1,5 mld. eur, které navýší současnou úroveň tržeb.

Český trh je relativně malý svým rozsahem. Jaké zde vidíte šance pro nový model Subscription?

Schmedding: Model je v principu nezávislý na velikosti trhu, je stejný pro Německo, USA i Česko. Z pohledu aplikace je důležitý produkt a produktivita. V současnosti máme přes dvacet kontraktů, teď jednáme o dalších dvaceti. Máme asi 120 zájemců o model Subscription. Do roku 2022 chceme mít 250 kontraktů. Každý kontrakt si ceníme na 5 milionů eur, což pro nás představuje velký potenciál. Smlouvy teď máme v Německu, Rakousku, Polsku, USA, Indii, Kanadě. Vidíte, že se jedná o rozdílné trhy. Všude je však základem, že zákazník si přeje vstoupit

s námi do partnerského vztahu. Tiskárna, která se orientuje na své zákazníky, je pro nás perfektním kandidátem na zapojení do modelu Subscription. Můžeme jí nabídnout systém spolupráce v plném rozsahu. Heidelberg je v novém modelu spoluzodpovědný za dosažení produktivity. Při aplikaci modelu musíme nejprve porozumět zákazníkovi a jeho cílům, abychom byli schopni zvýšit jeho produktivitu a posílili jeho růst na trhu. Zákazník by měl být velmi aktivní, měl by být zaměřen na růst, měl by rozvíjet své schopnosti v digitalizaci výrobního procesu.

Na jakou kategorii zákazníků váš nový model nejvíc směřuje?

Schmedding: Subscription může vyhovovat i menším firmám, aplikace modelu je na velikosti nezávislá. Vždy se hlavně jedná o potenciál, jaký daná tiskárna má. Máme příklad z Francie, kdy menší firma rozvíjí jak digitální, tak i ofsetový byznys, má spíš menší zakázky a hledá partnera, s jehož pomocí by dál rostla. Adept modelu Subscription by se měl zaměřovat na růst a měl by mít jasnou strategii, jak rozšiřovat okruh svých zákazníků. V USA máme klienta, který je zaměřen na velmi úzký segment trhu, na pivní etikety. Další firma v USA je úzce spjata s objednávkami v řetězci IKEA.

Co se změní pro zákazníka, kterého budete teprve chtít získat?

Hermann: Naše distribuční firmy byly dřív úspěšné, když v klasickém obchodním modelu prodaly stroj a vyinkasovaly platbu. Teď by měly víc pomáhat

zákazníkovi v jeho byznysu. Diskutujeme o nákladech na stránku, které má náš zákazník, a proč je má právě takové. Takto zaměřené diskuse jsou v mé kompetenci. Neporovnáváme cenu našeho stroje s cenou konkurence, ať je to KBA, Komori apod., diskutujeme o nákladech na potišťenou stránku. Zákazník možná nedostatečně využívá možnosti technologie, je někde na 30 %, má hodně neproduktivních zásahů obsluhy, hodně času mu zabírá příliš dlouhé mytí, výměny desek apod. Existuje spousta operací, které můžeme optimalizovat. Až po těchto analýzách jsme schopni nabídnout cenu za stránku.

Subscription nemusí být pro všechny firmy výhodný. A kde je v tomto modelu papír?

Hermann: Do modelu Subscription papír není zahrnut, protože pro podnikatele i jeho zákazníky je lepší, když si jej objednávají samostatně. Máme také velmi silné zákazníky, kterým Subscription nedoručujeme. Dosahují i bez naší pomoci vysoké produktivity, nepotřebují nás, mají i bez toho silný cash-flow. Pro nás je nejdůležitější pokračovat ve vztazích se zákazníkem. Subscription znamená nejen nový obchodní model, ale hlavně nový způsob myšlení.

Deutsche Leasing



Chcete investovat? Hledáte spolehlivého partnera? Deutsche Leasing, člen skupiny německých spořitelenní Sparkassen, jedné z největších a nejsilnějších finančních organizací na světě, **je špičkou ve financování strojů a zařízení**. Naším zákazníkům a dodavatelům nabízíme komplexní škálu služeb: od poradenství přes zajištění investice a řízení průběhu administrativního zpracování až po umožnění výhodného pojištění předmětu leasingu. Servis v nejvyšší kvalitě nabízíme i pro úvěrové kofinancování investic pořizovaných v rámci dotačních titulů.

Společně s námi najdete optimální finanční řešení pro vaše investiční záměry.

LEASING

ÚVĚR

POJIŠTĚNÍ

Deutsche Leasing ČR, spol. s r.o.

Antala Staška 2027/79, 140 00 Praha 4
Tel.: +420 267 228 111, fax: +420 267 228 222
E-mail: info@dldr.cz, www.deutsche-leasing.cz

Deutsche Leasing Slovakia, spol. s r.o.

Prievozska 4B, 821 09 Bratislava
Tel.: +421 257 789 211, fax: +421 257 789 222
E-mail: info@dlslovakia.sk, www.deutsche-leasing.sk

VŠESTRANNÝ, PRODUKTIVNÍ, A PŘITOM ÚSPORNÝ

Jsou tiskárny velké a průmyslové, ale jsou také střední a malé. Jsou tiskárny úzce specializované, ale jsou také ty, které musejí každodenně zvládat nejrůznější zakázky. Pro ty, které potřebují jednoduše, rychle a efektivně zpracovávat velké množství různorodých zakázek, vyvinul Heidelberg tiskový stroj **Speedmaster CX 75**.



Vzali jsme to nejlepší ze špičkové konstrukční řady XL 75, ale upravili jsme to tak, aby to dávalo smysl středním tiskovým provozům.

Výsledkem je stroj, který má skvělé produkční parametry a zároveň je ekonomicky velmi zajímavý.

Za cenu průměrných konkurenčních strojů můžete mít „Heidelberga“ s nejlepší technologií XL a skvělými parametry.

Speedmaster CX 75 díky dvojnásobným průměrům předávacích válců hradě zvládne ve špičkové kvalitě jak tenké papíry od 0,03 mm, tak tuhé kartony až do 0,8 mm. A to v reálně dosahované produkční rychlosti až 15 000 archů/hod. Spektrální měření barevnosti zajistí nejen špičkovou kvalitu tisku, ale především barevnou věrnost a 100% opakovatelnost zakázek.

To nejlepší jsou ale úspory. CX 75 byl konstruován pro efektivní a úsporný tisk – bleskurychlé přípravy od jedné zakázky po první „OK arch“ následující zakázky za méně než 5 minut a s minimem rozjezdových archů. Šetříte čas i materiál.

Jakkoliv se jedná o tradičně precizní heidelberské dílenské zpracování a robustní konstrukci, nezabere příliš místa.

Designéři dbali na kompaktnost stroje – jedná se o jeden z nejmenších strojů ve své kategorii se šířkou pouhých 2,8 m.

BUDOUCNOST PATŘÍ PLNĚ AUTOMATIZOVANÉMU AUTONOMNÍMU TISKU

Není žádným tajemstvím, že o produktivitě a s ní spojené profitabilitě se v ofsetovém tisku již dávno nerozhoduje při samotném procesu tisku. O tom, zda je ofsetový tisk efektivní a výdělečný, rozhodují neproduktivní „mezery“ mezi tiskem zakázek, tedy zvládnutí příprav a celková míra využití stroje a úspory materiálu.

Z

a posledních deset let se v této oblasti událo mnoho změn, které vedly celosvětově ke zhruba zdvojnásobení celkové produktivity archových ofsetových strojů. Tam, kde byl dříve celkový roční výkon stroje 10–15 mil. archů, tam je nyní běžně 20–30 mil. archů. Za situace, kdy průměrný náklad tiskových zakázek dlouhodobě klesá, to ale logicky znamená, že celkový počet zpracovávaných zakázek na jednom stroji rapidně stoupá.

Navíc celé polygrafické odvětví čelí v posledním desetiletí obrovskému konkurenčnímu tlaku. Ceny tiskovin a marže na nich spadly dramaticky dolů a tiskárny musely na novou situ-

aci zareagovat. Protože prodejní cenu tiskovin jednoznačně diktuje trh, pochopila většina progresivních tiskáren, že cesta k marži a zisku vede přes úspory ve výrobě, respektive racionalizaci celého businessu.

Co to konkrétně znamená? Umět zpracovat v krátkém čase veliké množství malých zakázek, stlačit přípravné časy na minimum, výrazně snížit počet rozjezdových archů a minimalizovat nestabilitu v průběhu tisku, a tedy zmetkovost produkce.

Koncept Push To Stop

Dodavatelé technologií již jdou po této cestě mnoho let. Firmou, která se tímto směrem vydala jako první a která již dávno nabízí technologie podporující tento způsob řízení polygrafické výroby, je Heidelberg.

Heidelberg přišel již dávno s automatizací a racionalizací výroby. Na posledním veletrhu drupa pak představil komplexní koncept maximálně efektivní polygrafické výroby – Push To Stop.

Push To Stop ve zjednodušené zkratce znamená princip, kdy stroj permanentně tiskne a je přerušován jen na nezbytně krátkou dobu (výměna desek, založení papíru či barvy, údržba stroje atp.). Zakázky následují jedna za druhou v ideálním sledu tak, aby přípravy na zakázky byly co nejjednodušší. Prakticky všechny parametry stroje jsou nastavovány automaticky. A nejen to, stroj se řídí a kontroluje sám, zpracovává data o zakázkách, navrhuje optimální řešení (např. řazení zakázek do sledu) a tiskař je „pouhý asistent“, který zasahuje, jen když je to nezbytně nutné. Dostáváme se tak vlastně ke konceptu autonomního tisku. Podobně jako se v automobilovém průmyslu testují vozy, které samy řídí a vyhodnocují dopravní situace.

Speedmaster CX 102

a Push To Stop

Základem systému Push To Stop je integrace tiskového stroje do řídicího a výrobního workflow, plná automatizace procesů, sběr a vyhodnocování informací ze stroje a jeho plně autonomní řízení. K tomu musí být stroj vybaven mnoha plně automatickými prvky.

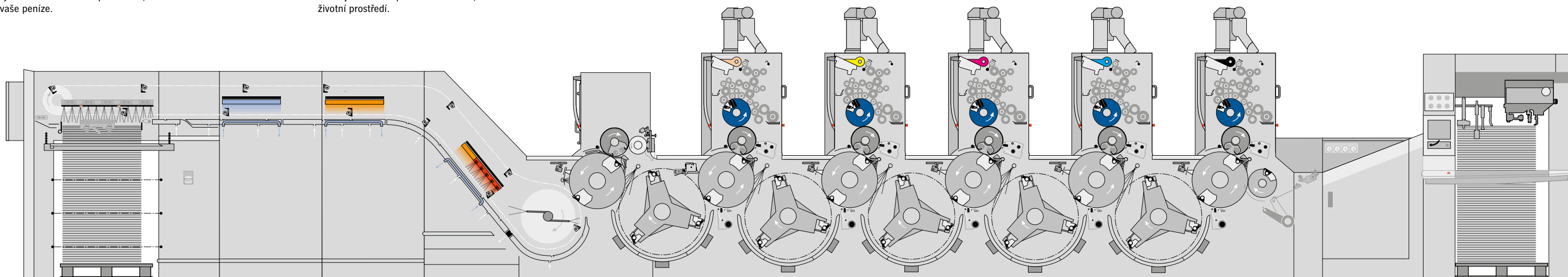
Stroj je například vybaven systémem inteligentního řízení zakázek Intellistart. Intellistart má přehled o všech

**„O PRODUKTIVITĚ
TISKOVÉHO STROJE
ROZHODUJÍ
PŘEDEVŠÍM
NEPRODUKTIVNÍ
„MEZERY“ MEZI
TISKEM ZAKÁZEK.“**



Příprava zakázky za 3 minuty, pouze 60 rozjezdových archů a okamžitě zabarvení na méně než 30 arších. Speedmaster CX 102 s vybavením Push To Stop šetří čas, materiál a vaše peníze.

Automatické simultánní mytí gum a tlakových válců se spotřebou jen 2 cl mycího roztoku na přemytí tiskových gum. Speedmaster CX 102 má nejen nízkou spotřebu materiálů, ale také šetří životní prostředí.



Centrální řídicí pult Press Center je mimo jiné vybaven systémem **automatické správy zakázek Intellistart**. Ten samostatně a plně automaticky spravuje tiskovou frontu zakázek a připravuje stroj na příští zakázku. Přípravy tak v praxi trvají cca 3 minuty a až na několik výjimek (např. výměna desek) probíhají plně automaticky.

In-line spektrální systém Inpress Control, který je umístěn přímo v tiskovém stroji, umožňuje **plně automatické řízení barevnosti a soutisku** při plné rychlosti tisku. Okamžitě, s minimem rozjezdových archů a bez zásahu tiskaře je zakázka perfektně vybarvená a se 100% soutiskem.

Plně automatické upnutí desek Autoplate Pro znamená výměnu všech desek na stroji za méně než 2 minuty. Současné mytí gum a tlakových válců zase nezabere více než 1,5 minuty.

Speedmaster CX 102 v sobě kombinuje to nejlepší z osvědčené řady CD a **nejvyspělejší technologie strojů XL**. Výsledkem je všestranný a velmi úsporný stroj pro efektivní zpracování velkého množství různorodých zakázek.

› zakázkách v tiskové frontě a optimalizuje práci s nimi (např. určuje jejich pořadí). Nachází nejkratší cestu ke změně zakázky a již v průběhu tisku jedné zakázky se připravuje na novou. Při změně na novou zakázku automaticky podnikne nutné kroky (mytí gum a válců, změny tlaků, nastavení nakladače, vykladače, rozfuků atp.) a tam, kde potřebuje asistenci tiskaře, tam si o ni řekne (založení desek, výměna papíru atp.). Celá příprava na novou zakázku probíhá plně automaticky, u běžných zakázek do 3 minut a s minimem zásahů tiskaře!

Řízení a kontrola kvality jsou také plně automatické. Stroj je vybaven systémem Inpress Control pro in-line spektrofotometrické měření barevnosti a soutisku. Měření archů tedy probíhá přímo ve stroji a při plném chodu, takže není třeba stroj zastavovat a vyndávat arch na proměření. Naměřené hodnoty

(barevnost i soutisk) jsou automaticky analyzovány a stroj sám provede korekce (jak barevnosti, tak soutisku). Plně automaticky a na několika arších tak dojde k perfektnímu zabarvení a seřízení registrů.

Stroj sám detekuje začátek dobré produkce, automaticky do stohu nastřelí štítek a rozjede se do plné rychlosti. Konec zakázky opět označí nastřelením štítku do stohu. Po ukončení zakázky spustí automatické simultánní mytí gum a tlakových válců a připravuje se na další zakázku... A tak dále a tak dále.

Tiskař má perfektní přehled o aktuální zakázce a jednotlivých procesech a pochopitelně může kdykoliv zasáhnout. Má také přehled o dalších zakázkách v tiskové frontě, kde jich může být současně uloženo až třicet.

Ale pozor, toto není teorie z heidelberských laboratoří. Toto je běžná praxe desítek a stovek tiskáren. A některé z nich jsou již také v České republice. ■

„PŘÍPRAVA STROJE CX 102 NA BĚŽNOU ZAKÁZKU TRVÁ MAX. 3 MINUTY S MINIMEM ZÁSAHŮ TISKAŘE.“

„MĚŘENÍ ARCHŮ PRO KOREKCI BAREVNOSTI A SOUTISKU PROBÍHÁ PŘÍMO VE STROJI A PŘI PLNÉM CHODU.“

Hlavní vlastnosti CX 102

- robustní konstrukce, žádné vibrace
- automatické nastavení nakladače a vykladače dle typu papíru (vzduch, náložky, brzdy...)
- centrální podtlakový pás
- dotykový ovládací displej na nakladači
- plně automatické upnutí desek (za méně než 2 minuty)
- plně automatické současné mytí gum a tlakových válců (oboje za méně než 1,5 min.)
- pouze 2 cl mycího roztoku na jeden mycí cyklus
- ovládací pult s projekční plochou Wallscreen
- systém inteligentního řízení zakázek Intellistart
- in-line spektrofotometrický systém Inpress Control pro řízení barevnosti a soutisku přímo ve stroji

Benefity pro uživatele

- plně automatizovaná příprava zakázky
- krátké přípravné časy (běžné zakázky do 3 minut)
- velmi nízká makulatura
- velmi stabilní kvalita produkce
- plně automatizovaná kontrola kvality
- široká škála potisknutelných materiálů

OMNIFIRE 1000 4D

ANEB JAK BĚHEM PÁR MINUT VYROBIT ZÁKAZNÍKOVI PRODUKT NA MÍRU

Personalizace, customizace...

Existuje hned několik výrazů pro jeden z vůbec největších současných trendů. Zákazníci mají stále větší požadavky a zároveň výběr. Uspět znamená nabídnout zákazníkovi něco jedinečného, osobního. Trendem posledních let, který má velkou budoucnost, je personalizace předmětů běžné spotřeby. A to je přesně prostor pro Omnifire – stroj pro přímý plnobarevný potisk předmětů vespolek inkjetovou tiskovou technologií.

Omnifire mění sériové výrobky na zboží ušité každému jednotlivému zákazníkovi na míru. Díky tomu nabízí větší svobodu při aplikaci nových, kreativních nápadů, které je schopen zpracovávat prakticky na požádání a s obrovskou flexibilitou. Největší předností Omnifire je, že jej lze snadno integrovat do průmyslových výrobních řetězců stejně jako na další místa. Jinými slovy nejedná se o stroj, který musejí nutně mít jenom firmy poskytující tiskové služby. Díky tomu, že proces přizpůsobení předmětu zákazníkovi trvá jen několik minut, může být stroj nainstalován třeba v mezikladu nebo přímo v místě prodeje. Představte si, že přijдете do obchodu se sportovním vybavením. Vyberete si požadovaný předmět, například ochrannou helmu, a obchodníkovi předložíte návrh designu, kterým byste chtěli požadovaný kousek vylepšit. Zajdete si na kávu, a když se za pár minut vrátíte, vše je připraveno a spokojeně odcházíte domů s předmětem, který je jediný svého druhu na světě.

Základem stroje Omnifire je přímý inkjetový tisk. První verzi, kterou jsme uvedli na trh před několika lety, byla verze Omnifire 250, která byla schopna potisknout malé sousoší předměty – sklenice, tuby, míče atp. Dalším vývojem jsme dospěli k verzi Omnifire 1000. Oproti verzi 250 dokáže potisknout prakticky jakékoliv objekty až do šířky 500 milimetrů a délky 1000 milimetrů. Zařízení může využít až čtyř barev včetně neprůhledné bílé a ochranného nátěru. Šest robotických os otáčejí výrobek s maximální přesností a tím zajišťuje konzistentně vysokou kvalitu tisku dokonce i pro zakřivené a z pohledu potisku mimořádně komplikované povrchy.

Vaše přidaná hodnota

Omnifire otevírá zcela nové možnosti individualizovaného potisku předmětů. Ve výrobě, v mezikladu, ale třeba i přímo na prodejně lze během chvíle personalizovat prakticky jakékoliv předměty a poskytnout zákazníkovi novou přidanou hodnotu, za kterou je ochoten výrazně připlatit.



Velkoobjemová produkce

Omnifire zvládá jak kusovou malosériovou produkci, tak masovou personalizaci. Může potiskovat třeba automobilové interiéry a jejich části, jako jsou palubní desky, středové sloupky, interiéry dveří nebo sluneční clony. Tato oblast skýtá co do personalizace velký potenciál, protože takový automobil, to je, přiznejme si, pro mnoho z nás hodně osobní a emotivní záležitost.

Váš osobní brand

Představte si, že si jdete koupit třeba lyžařskou helmu a přímo v obchodě vám ji během chvíle potisknou motivem, který jste si přinesli. Anebo si budete přes e-shop kupovat třeba skateboard a jako jedna z volitelných možností bude také individuální design.

a

by se zabránilo tomuto jevu, tedy vadám na obalech, produkce zakázek v tiskárně musí být bezchybná. Se stále složitějšími zakázkami, které se navíc musí zpracovávat rychleji, se jedná o skutečnou výzvu. S řešením přichází Kilian Renschler, vedoucí našeho oddělení pro správu obalových produktů. „Čím vyšší je stupeň automatizace a integrovaných kontrolních systémů, tím blíže je tiskárna k tomu, aby nevytvářela žádné chyby v produkci. Standardizovaná výroba s nulovou chybovostí navíc posiluje tržní pozici tiskáren jako spolehlivých partnerů dalších značek a firem,“ dodává Kilian Renschler.

Unikátní workflow

Nezbytností k dosažení tohoto cíle je náš software pro řízení procesů a komunikaci dat včetně technologií – Prinect. Můžete využít toto workflow a naše další přidružené služby jako Intellistart (program rozhodující o autonomní tiskové procesy nebo zásahu operátora), abyste spojili své tiskařské systémy se systémy pro kontrolu barev a přetavili je do inteligentních kontrolních obvodů sdílejících data mezi všemi produkčními kroky. Naším cílem je vytvořit inteligentně propojené produkční prostředí, které automaticky zkontroluje cílové hodnoty v každém jednotlivém kroku a zamezí tak vzniku jakýchkoliv chyb.

Prakticky veškeré zboží je dnes sledováno velmi pozorně. Firmy dbají na to, aby propagace značky (což zahrnuje i jednotlivý vzhled obalu) byla všude ve světě naprosto stejná; od Mnichova přes Moskvu až do



DOKONALÉ OBALY BEZ JEDINÉHO KAZU

Tři sekundy. To je čas, během kterého se návštěvník supermarketu rozhodne, zda si určité zboží (ne)koupí. Není tak divu, že mezinárodní společnosti, které investují nemalé finanční prostředky do reklamy a prezentace produktů, jsou v tomto ohledu zcela nemilosrdné. Pokud objeví sebemenší vadu na obalu nebo etiketě, okamžitě vše vrátí zpět do tiskárny. Zákazníci zkrátka chyby neodpouštějí – a už vůbec ne v náročném světě obalového tisku. Ale jak udržet špičkovou kvalitu tisku bez navýšení nákladů? Odpovědí je náš systém Prinect.

Bombaje. Pro dodavatele to znamená zajištění shodného tisku napříč různými místy a produkčními procesy. Toho lze dosáhnout pouze se standardizovanou databází, jakou umožňuje a nabízí právě náš systém Prinect.



ELIMINACE ČASTÝCH CHYB
S Prinectem je produkce založena na procesech a nastaveních vycházejících z workflow. V něm jsou informace předávány automaticky a jednotlivé postupy jsou standardizovány. Tím se eliminuje nejčastější zdroj chyb – zvolení špatného postupu nebo zadání chybné informace.

Generování přednastavených dat pro tisk v automatizovaném procesu

Na jakém principu toto workflow funguje? Po přijetí objednávky se data zakázky nahrají do Prinectu, odkud jsou distribuována on-line do jednotlivých tiskáren ve světě. To zajišťuje jednotný základ ve všech firmách pro všechny nadcházející kroky; od nastavení prepresu až po dokončení produktu.

Prinect ale přichází i s celou řadou dalších možností. Obsahuje například centrální databázi barev včetně přesného popisu



**IDENTICKÝ VÝSLEDEK
KDYKOLIV A KDEKOLIV**
Prinect zajišťuje kompletní informace o zakázce, ať se jedná o barevnost, nebo nastavení tisku. 100% opakovatelnost je tedy zaručena kdykoliv a kdekoliv.

barvy a jejího výrobce. Tato data zajistí, že výsledná produkce ve všech tiskárnách bude jednotná a bude odpovídat přesným požadavkům zákazníků.

U moderních tiskových strojů, jako je třeba náš Primefire 106 – unikátní sedmibarevný inkjetový stroj, určený na rychlou produkci obalů –, je systém Prinect téměř nutností. Bez něj jen těžko ukočíte příval zakázek, který je pro digitální zařízení klíčový, pokud chcete plně využít jejich potenciálu. U těchto strojů dochází ve spolupráci s Prinectem k pečlivé kontrole kvality tisku během



**DETEKCE A ODSTRANĚNÍ
CHYB V REÁLNÉM ČASE**
Prinect spojuje stroj a prvky pro měření a kontrolu kvality do jednotného systému. Jednotlivá zařízení monitorují produkci, vyhodnocují kvalitu a v případě, že zjistí odchylku, okamžitě spustí opatření na její opravu.

celého procesu. Kontrolní systémy detekují tu nejmenší chybu při maximální rychlosti tisku. Senzory snímají jednotlivé archy papíru kvůli potenciálním mechanickým poškozením. Po vytištění čtyřmi kamery s vysokým rozlišením, umístěné hned za tiskovou hlavou, zkontrolují výslednou kvalitu, nanesení inkoustu a další parametry. Pokud objeví vadu na konkrétním archu, tento arch je automaticky vyřazen a nahrazen jiným, správně vytištěným. Tato konkrétní funkce se jmenuje „Perfect Stack“. Řídící jednotka zase automaticky opravuje chyby v nastavení, případně upozorní tiskového operátora, který může zasáhnout.

Push To Stop

Standardním vybavením u nových strojů je náš systém Push To Stop. Ten zajišťuje kontrolu barev a dalších hodnot přímo během tiskové produkce (a po celou její dobu) na Speedmasteru. Operátoři jen naplánují výrobní proces a výsledkem je autonomní produkce. V systému Prinect Image Control 3 mohou operátoři dokonce kontrolovat hodnoty na displeji Prinect Press Center XL 2; našemu centru pro správu ofsetové produkce. To zajistí, že každé opakování zakázky splní přesné požadavky zákazníka, zejména pokud klade důraz na minimální toleranci chyb.

Všechny naše systémy generují zprávy s dokumentací kva-



INTELIGENTNÍ SYSTÉM KONTROLY

Kvalita inspekce tiskové produkce a opatření, která se spustí, pokud je detekována chyba, jsou nastavována na ovládacím pultu Prinect Press Center 2.

lity a průběhu tisku. Aby byla zajištěna bezchybná produkce a vysoká efektivita, tiskový operátor nastaví tolerance pro hlášení chyb před spuštěním zakázky. Například u produktů pro méně náročné zákazníky můžete nastavit vyšší toleranci hodnot („chyb“), což není u obalů pro náročné klienty možné. Lze také definovat, co dělat v případě výskytu chybných archů. Měly by být odebrány okamžitě, nebo stačí je označit pro pozdější separaci? Nestačilo

by (třeba v případě drahých materiálů) vyřadit jen jednotlivé poškozené archy? Kontrolní systém je neuvěřitelně precizní. Díky tomu je váš výsledek vždy stejný – skvěle vypadající obal, které splňuje veškeré požadavky zákazníka. ■

**„IDENTICKÁ
TISKOVINA
KDYKOLIV
A KDEKOLIV?
PRINECT SPRAVUJE
VEŠKERÉ ÚDAJE
O ZAKÁZCE,
VČ. VŠECH
PRODUKČNÍCH
PARAMETRŮ,
JAKO JSOU
NASTAVENÍ STROJE,
BAREVNOST,
POUŽITÉ MATERIÁLY
ATP. PRINECT
JE GARANTEM
STANDARDIZACE
A VĚRNÉ
OPAKOVATELNOSTI
PRODUKCE.“**



MOMENTKA

ČTEME TIŠTĚNÉ NOVINY A ČASOPISY?

Nejnovější data z výzkumu MEDIA PROJEKT za 1. čtvrtletí 2018 a 2. čtvrtletí 2018 ukázala, že tiskové tituly oslovují většinu populace u nás. Tiskové tituly nečte pouze jeden z 10 obyvatel České republiky mezi 12–79 lety.

Celkový zásah tisku je téměř 90 % populace. Deníky a jejich přílohy oslovily celkem 70 % populace. Čtenářem alespoň jednoho časopisu vydávaného na tiskovém trhu v ČR je 83 % občanů ČR ve věku 12–79 let, tj. absolutně 7,3 mil. osob.

Celková čtenost všech tiskových titulů na vydání dosahuje téměř 76 % populace 12–79 let, čtenost na vydání deníků a jejich příloh je více než 49 %, čtenost časopisů na vydání je téměř 66 %.

Zdroj: MEDIA PROJEKT 2018 společnosti MEDIAN a STEM/MARK; v období od 1. 1. 2018 do 30. 6. 2018 bylo dotazováno celkem 12 875 náhodně vybraných respondentů z celé České republiky.

SECOND HANDY V HEIDELBERGU SYSTÉMOVĚ

Nový stroj je nový stroj, o tom není třeba diskutovat, nicméně kromě toho probíhá na trhu i čilé obchodování s použitými technologiemi. Když si tiskárna pořizuje secondhandové polygrafické zařízení, a nemusí jít nutně jenom o tiskový stroj, má to celou řadu důvodů a také spoustu výhod. O tom, že společnost Heidelberg celosvětově i Heidelberg Praha na našem trhu přistupují k obchodování se second handy férově a systémově, jsme hovořili s Petrem Mlenským, který v Česku i dalších zemích střední a východní Evropy zajišťuje podporu při vykupování a prodeji použitých strojů.

p

ane Mlenský, jak byste charakterizoval přístup společnosti Heidelberg k obchodování s použitými stroji?

Někteří výrobci postupují při odkupování a prodeji použitých tiskových strojů i dalších polygrafických zařízení takřka jako na náhodu, anebo celou agendu ponechávají v rukou ne vždy seriózních jednotlivců. Na rozdíl od toho se v případě značky Heidelberg jednoznačně prosazuje systémový přístup k problematice. Odkupování a prodej použí-

tých strojů jsou součástí systému obchodních činností. Jako největší světový výrobce tiskových strojů používáme profesionálně zpracované postupy. My si ostatně jako renomovaná značka nemůžeme jiný přístup ani dovolit.

Jaké místo zaujímá obchodování se second handy v celkové strategii Heidelbergu?

Naše strategie vychází ze dvou základních premis. Odkup second handů by měl podpořit prodej nových strojů. Málo se ví, že Heidelberg je celosvětově největším obchodníkem s použitými polygrafickými stroji. Prioritou Heidelbergu – a konec konců všech výrobců – je přece prodej nových strojů. Za druhé z pohledu prodeje může být i použitý stroj v cílové tiskárně modernizační investicí.

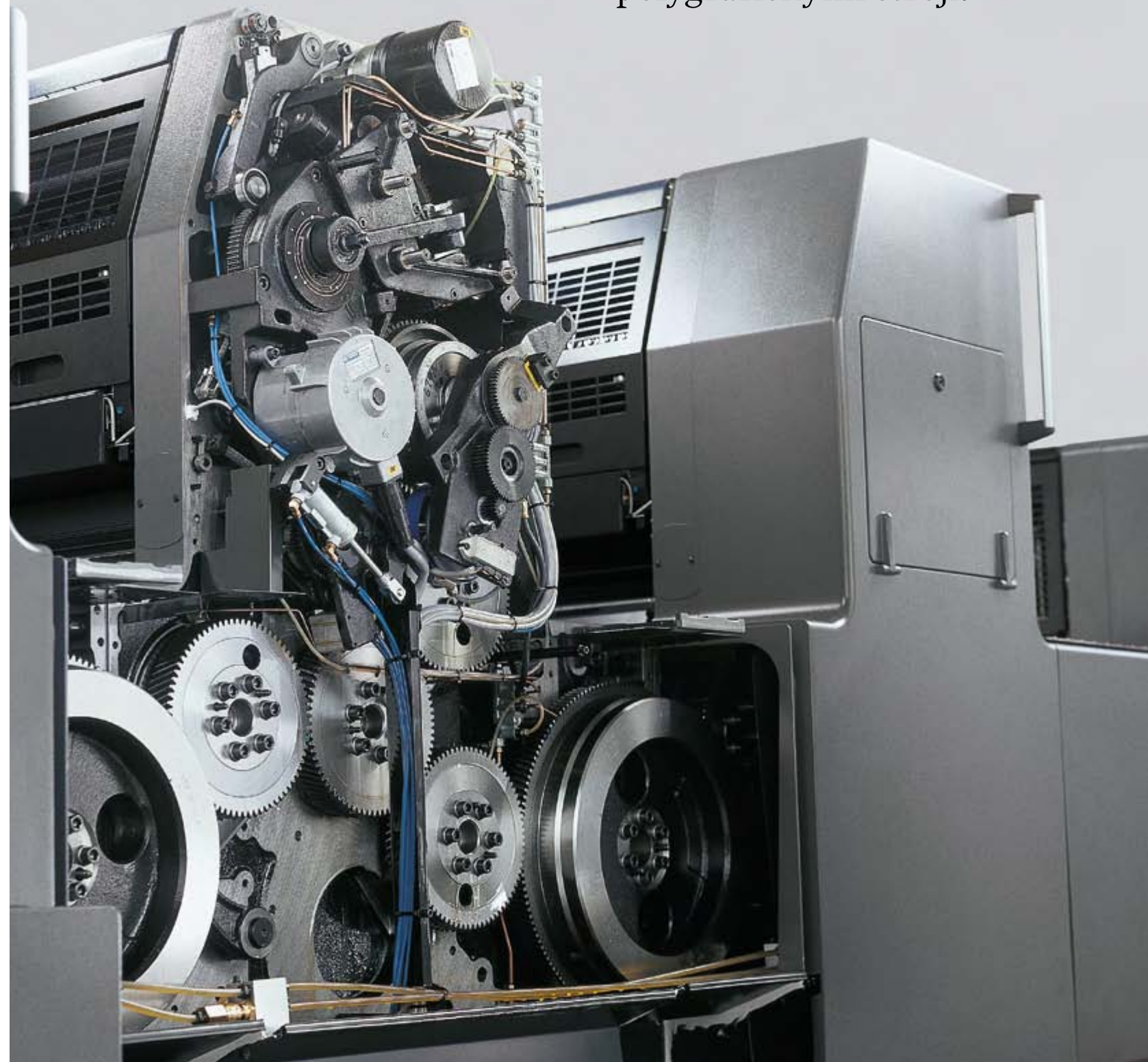
Jak byste charakterizoval přínos použitého stroje u nového zákazníka?

Konkrétní obchodní případy realizované společností Heidelberg potvrzují, že použitý stroj naší značky může znamenat pro kupující tiskárnu nejen navýšení kapacity, ale také modernizaci technologií. Zákazník si třeba netroufá na nový stroj z finančních důvodů. Nově instalovaný stroj, byť by byl použitý, má zpravidla pozdější ročník výroby, je tedy modernější, vykazuje vyšší stupeň automatizace apod. Je ale důležité, abychom našli pro zákazníka vhodný stroj. Zde Heidelberg čerpá ze své obrovské globální databáze.

Z čeho se vlastně skládá celá agenda okolo second handů?

Obchodování s použitými stroji lze >

„Heidelberg je celosvětově největším obchodníkem s použitými polygrafickými stroji.“



► rozdělit do několika skupin. Předně se jedná o výkup použitého stroje proti prodeji nového, druhou skupinu tvoří prodej již dříve vykoupeného použitého stroje. Jakousi samostatnou podskupinu tvoří případy, a v současné době jich v praxi přibývá, že se tiskárna stroje zbavuje, protože si chce snížit příliš velkou výrobní kapacitu.

Co je při řešení konkrétního obchodního případu nejdůležitější?

Při výkupu použitého stroje, eventuálně náhradě novým, jeho prodeji dalšímu zákazníkovi a popřípadě i instalaci a výměně u něj, je extrémně důležitý timing neboli načasování všech kroků, aby na sebe navazovaly a zohledňovaly výrobní potřeby všech zainteresovaných zákazníků. Tuto poměrně složitou logistickou úlohu řešíme v Heidelbergu bez problémů. Jsme schopni garantovat všechny termíny tak, aby perfektně vyhovovaly zákazníkovi. Výměna starších strojů za nové, byť třeba i použité, se neobejde bez korektního profinancování celé obchodně-technické operace. Heidelberg nabízí řešení i těchto otázek a také zde je schopen zákazníkovi garantovat rámcové výkupní ceny.

Je při odkupu a prodeji second handu nejdůležitější cena?

Cena je při pořízení použitého stroje bezesporu rozhodujícím kritériem. Cenová hladina použitých ofsetových tiskových strojů se pohybuje řádově na 50 až 60 % kupní ceny nového stroje ve srovnatelné konfiguraci a výbavě. I když je cenová hladina poměrně stabilní, ceny konkrétních strojů mohou kolísat. Cena se v zásadě odvíjí od roku výroby a počtu výtisků, které má stroj za sebou.

Oblíbené modely, které vykazují vyšší poptávku, jsou samozřejmě dražší. Heidelberg používá při stanovování cen použitých strojů jednotnou metodiku. Některé parametry cenu navyšují, jiné ji redukuje. Záruční doba záleží na individuální dohodě.

Obchodujete kromě Heidelbergů i se stroji jiných značek?

Na poměrně častou otázku, zdali Heidelberg odkupuje i starší stroje jiných značek, odpovídám jednoznačně ano. Použité tiskové stroje nejrůznějších značek sehrály v uplynulém čtvrtstoletí nemalou roli při rozvoji polygrafie v České republice. Obchod se second handy neměl v různých obdobích rozvoje tržního prostředí vždy stejný vliv na rozvoj výrobních schopností tiskáren, je

50–60 %

To je běžná cenová hladina použitého ofsetového stroje oproti novému ve srovnatelné konfiguraci a výbavě.



Petr Mlenský je v Heidelbergu zodpovědný za podporu při výkupu a prodeji použitých strojů nejen v České republice a na Slovensku, ale také v dalších zemích střední a východní Evropy.

však nutné dodat, že je důležitý i dnes, kdy jsou české tiskárny vybaveny převážně špičkovými polygrafickými technologiemi.

Kromě českého trhu působíte také na Slovensku, v Rakousku a Maďarsku. Při tom využíváte celosvětovou síť Heidelbergu. Jaká je situace se second handy na zahraničních trzích?

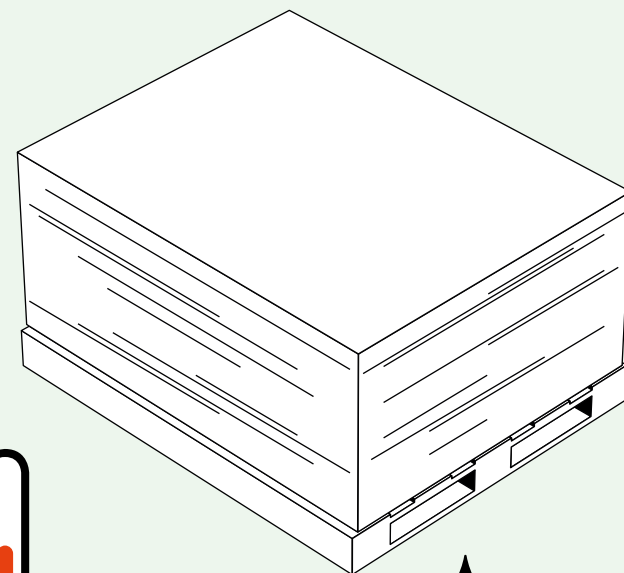
Z teritoriálního hlediska proudí použité stroje obvykle z vyspělejších trhů na méně náročné, například ze Švýcarska a Rakouska k nám, a od nás zase např. na Ukrajinu. Častým cílem byla v minulosti Indie, ale rovněž indický trh jde nahoru a tamní tiskárny už nepoptávají stroje Adast a Polly. Aktuálním trendem na čínském trhu je vysoká poptávka po použitých strojích ve formátu B2. Stroje v B1 kupují vyspělejší tiskárny, které mají možnost poptávat a hlavně profinancovat nové stroje. Zajímavým odbytištěm pro použité stroje z Evropy se stává Afrika. Na afrických trzích zatím chybí obchodní a servisní zázemí, ale trh jako celek vykazuje známky růstu.

Jakou razíte hlavní zásadu při práci se second handy? S čím může zákazník počítat?

Heidelberg vyznává zásadu, že v rámci odkupu starého stroje pomůže zákazníkům se vším, ať už jde o tiskové stroje, nebo post-press, či o pre-press, bez ohledu na značku. Nebráníme se ničemu. ■

PROBLÉMY S PAPIREM – VRÁSNĚNÍ

Papír je vysoce citlivý na okolní prostředí. Nesprávné zacházení s papírem má někdy na kvalitu tisku až hrozivé důsledky. Problémem, který je důsledkem skladování papíru v nesprávné teplotě a vlhkosti nebo špatným nastavením parametrů tisku, je vrásnění během tiskového procesu.



20–22 °C



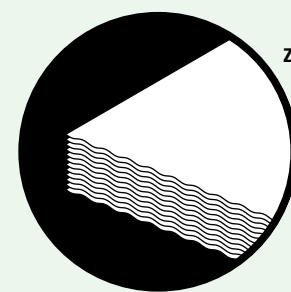
50–55 %

SKLADOVÁNÍ A ZPRACOVÁNÍ PAPIRU

Pro bezchybný posun archu je nezbytný dokonale rovný substrát. Archy musí být transportovány a skladovány při správné teplotě a vlhkosti a chráněny proti nepříznivým vlivům. Například papír je velmi citlivý na vlhkostní výkyvy. Pokud okraje stohu vyschnou, archy budou na okrajích kratší a uprostřed delší. To vede ke zvlnění uprostřed archu. Na druhou stranu pokud papír absorbuje příliš mnoho vlhkosti, zvlní se na okrajích. Oba případy pak nevedou k absolutně plochému archu. Tiskárny si tak musí být jisté, že prostředí je co nejstabilnější jak při skladování, tak ve výrobě. Doporučené hodnoty relativní vlhkosti jsou mezi 50 až 55 % a teplota místnosti mezi 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.

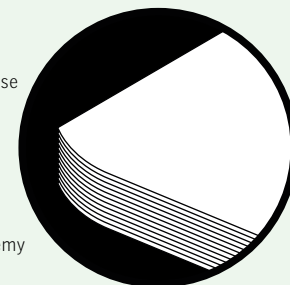
NASTAVENÍ STROJE

Nesprávné nastavení tiskových parametrů a zvláště na nakladači může také způsobit vrásnění. Často je to tím, že přední náložky se zaseknou nebo jsou nesprávně nastavené. Může to být způsobeno i tím, že boční náložka příliš táhne, což vede ke zvlnění papíru nebo křivému naložení. Pokud je nastavení náložek v pořádku, a přesto dochází k problému, bude třeba nastavit přídržovače, snížit množství foukaného vzduchu na nakladači a změnit nastavení vzduchu. Nicméně zdrojem problémů mohou být i zanesené chytače, které pak způsobí deformace nebo nerovnoměrné naložení archu. V takové situaci je třeba chytače vyčistit a přenastavit. Pravidelná kontrola vedení archu je nezbytnou součástí tiskového procesu.



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 a nerovnoměrnou kvalitu tisku v ploše archu.

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. Nestejnoměrná vlhkost archu způsobuje podobné problémy jako v případě zvlněných okrajů.



AKCE

LEDEN

8.–10. 1. **viscom (Düsseldorf, SRN)**
Mezinárodní veletrh vizuální komunikace.

ÚNOR

25.–28. 2. **Hunkeler Innovation Days (Lucern, Švýcarsko)**
Technologie pro digitální tisk a postpress.

DUBEN

9.–13. 4. **Print China (Kuang-tung, Čína)**
Mezinárodní polygrafický veletrh.

10.–11. 4. **Empack (Curych, Švýcarsko)**
Veletrh inovací pro packaging & label.

KVĚTEN

13.–16. 5. **UV Days IST (Nürtingen, SRN)**
Technologie pro UV aplikace v polygrafii.

14.–17. 5. **Fespa (Mnichov, SRN)**
Veletrh technologií pro polygrafii.

ČERVENEC

1.–5. 7. **Heidelberg Commercial Days (Wiesloch, SRN)**
Technologie pro komerční tiskárny.

1.–5. 7. **Heidelberg Packaging Days (Wiesloch, SRN)**
Technologie pro výrobce obalů.



PUSH TO STOP

Push To Stop je naše představa o tiskové produkci budoucnosti. Je založena na automatizaci, inteligentních technologiích a plně integrovaných strojích, které produkují zakázky bez zásahu člověka. Push To Stop zajišťuje automatizovanou, vysoce efektivní a bezchybnou produkci. Vy se můžete soustředit na to podstatné: na business.



HEIDELBERG

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

