



Typografia

Typografia 2/2012, číslo 1232, ročník 115

Editorial

Tématem druhého čísla jsou otázky vztahové: co požadují zákazníci a co jim umí poskytnout dodavatelé tiskových služeb. Podstatu otázky tvoří problematika podnikání a tvorby zisku jako jeho hlavního cíle.

Proměňuje se finanční scéna, legislativa i nároky lidí v procesu svobodného vývoje. Učitelé říkají, že se mění děti a současná mládež, že jsme se proměnili my všichni. A samozřejmě: mění se technologie a její dopady na zaměstnanost podniků a lidí. Dopady oběma směry, nahoru i dolů. Mnozí se názory v řadě zemí, že nás média a různí lidé zbytečně straší krizemi, že poplašné zprávy a nepodložené fikce srážejí aktivitu podniků i lidí a že vedou k obecné pasivitě a ztrátě tempa. Vyšlo již více úvah o nebezpečí nedoinvestování a nástupu pohodlné opatrnosti, která vede k snížení konkurenceschopnosti a výkonnosti.

Líčení spíše virtuálních vlivů nebo situací pak snadno nahrává vypočítavým a bezohledným, kteří bleskově těží z pozastavených a přibrzděných projektů a z nevyužitých šancí. Zcela určitě se z dobře míněné opatrnosti stává nezpůsobilost předstihnout konkurenty a stát se štikou v povodí.

Na druhé straně zbrklý a přepálený vývoj již mnohokrát spálil šance a posléze znechtivil nositele pokroku, nakonec se stal příčinou úpadku. A teď si vyberme, co je radno. Snadno se řekne cosi o zlaté střední cestě nebo o moudrosti, ale moc to nepomáhá. Objevují se však nová čísla o hospodářských výsledcích za minulý rok, nový odhad růstu je prý 1,7 %. Také vyšla informace o vzniku desítek tisíc nových podniků, což by také znamenalo pokrok, je však otázkou, co ta čísla skrývají. Pokud by to měly být jen další herny a nekalé podnikání, šlo by to z kopce. Ale tak zlé to jistě není. Lepší alternativou je podpora tvůrčího potenciálu, který byl po staletí vizitkou Čechů. Vynalézat, konstruovat, vyrábět nové věci, to se přece vždycky vyplácelo víc, než rozšiřování úřadů, poradenských a kontrolních institucí, rad a vrchnostenských paláců. Mimo jiné to byl vždy také účinný lék na boj s nezaměstnaností a na růst národního produktu. To jsme to už zapoměli, že lepší než hledání dalších desítek miliard pro podporu nepracujících, kteří se už odnaučili pracovat, je podpora podnikání? Pohledme na chytré sousedy, jak úspěšně u nás podnikají, obchodují a budují? To přece uměli naši rodiče také.

Technika nesporně předbíhá člověka a jeho reakční schopnosti. Nové předměty a úžasné instrumenty nestačí zestárnout a zvětšet, vzápětí jsou nahrazeny jinými, ještě pokrokovějšími a výkonnějšími. Co dělat?

Svěsit pilné paže, neinvestovat a očekávat cosi, co má sotva nějaké obrysy?

Blíží se v mnohém přelomová drupa a budeme mít o čem přemýšlet a nač šetřit. Mnohé novoty v mezičase dozrály a budou předvedeny v plné a přesvědčivé kráse, ale na jak dlouho? Jaká bude jejich návratnost a reálná životnost?

Je to mnoho otázek a otázek, svědčících o naší nejistotě, o nedostatečné informovanosti a zase přichází dokola to těžké rozhodování. Ale odpovězme si poctivě jinou otázkou: bylo tomu někdy jinak? Zkušené podnikavé lidi vám řeknou, že lepší je nezůstat stát, nedívat se příliš stranou a usilovat o dobré cíle. Radit se s kvalifikovanými a prozíravými lidmi a neustále se vzdělávat a učit. Můžeme si být jisti: tohle „kolečko“ se bude stále zkracovat, za nějaký čas se opět budeme ptát a rozhodovat. Ani nebudeme muset čekat do další drupy 2016. Tahle debata „co chtějí zákazníci (trh) a co jim umí nabídnout jejich dodavatelé“ není našťěstí módní téma nebo výstřelek, je to krev pokroku v každé moderní době.

Vladislav Najbrt



Obálku únorové Typografie navrhla
Adéla Knajzlová

Adéla Knajzlová vystudovala grafický design na vysoké škole v Augsburgu, poté se rozhodla pro magisterské studium „ilustrace“ na Ústavu umění a designu Západočeské univerzity v Plzni, které ukončila v září minulého roku. V současné době pracuje jako grafička v reklamním agentuře a pomáhá při výuce předmětu „knihotisk“ na UUD.



Poslední šance pro Vaše kalendáře!

Uzávěrka soutěže Kalendář roku 2012 je již 2. března, kdy máte poslední možnost přihlásit Váš kreativní kalendář. Přihláška uvnitř čísla nebo na www.mip.cz.

OBSAH CONTENTS

1 Vladislav Najbrt

Dál společně a racionálně

Continue jointly and rationally

2 PR Printa Logotec

PR Printa Logotec

3 Přelomový program „Ženy v Novinách“ nyní přijímá nové žádosti

Groundbreaking „Women in News“ Programme Now Open for New Application

4 Anketa Co chtějí zákazníci a co jim tiskárny mohou nabídnout

Questionnaire What customers want and what they can offer printers

6 Jitka Böhmová

Návštěva u člena Kolegia Typografie ve společnosti

Repromat, a.s.

Visiting member of the Kolegium Typografie at Repromat, a.s.

8 Ondřej Sedláček

Marketing – Outsourcing: Co a kdo zvládne sám, co a kde si objednat.

Marketing – Outsourcing: What and who can handle himself, what and where to book.

10 Jitka Böhmová

Novoročenky 2012

New Year Greeting 2012

12 Jednou větou, třemi větami

One sentence, three sentences

13 PR Böttcher

PR Böttcher

14 Autorka obálky Adéla Knajzlová

The Author of cover Adéla Knajzlová

16 Výstava studentského plakátu konfrontuje práce mladých tvůrců ze tří zemí

Student poster exhibition confronts the work of young artists from three countries

18 Papír neslouží jen k tisku

Paper is not just for printing

20 Miroslav Horník

Novela zákona o DPH od 1. 1. 2012

The amendment of the VAT from 1st of January 2012

22 Aktuality z domova a ze zahraničí

Actualities from printing industry

24 Kolegium Typografie představuje své členy

Kolegium Typografie introduces its members

Typografia digitální

Příloha o digitálním tisku tištěná digitálním tiskem vložená uvnitř čísla

TYPOGRAFIA 2/2012/1232/ROČNÍK 115

Odborný časopis českých polygrafů a typografů

Vydavatel Digirama s.r.o., Tuchoměřická 343, Praha 6, 164 00

Adresa redakce Tuchoměřická 343, Praha 6, 164 00

www.typografiacz.cz

Fax 220 961 441

Manažerka časopisu Zdeňka Maršová, 776 664 427

marsova.typografia@tercie.cz

Šéfredaktor Vladislav Najbrt

Redakce Jitka Böhmová, 776 613 647

bohmova.typografia@tercie.cz

Předseda redakční rady Milan Maršo

Redakční rada Jaroslav Hruška, Jan Král, Milan Maršo,

Zdeňka Maršová, Vladislav Najbrt, Jan Opletal, Jan Sehnal,

Alan Záruba, Jiří Zápotocký

Zahraniční partner Thomas Helbig, Kurt K. Wolf,

Lubomír Krátky

Obálka: Adéla Knajzlová

Předtisková příprava Tercie servis s.r.o.

Tisk Tercie Praha spol. s r.o.

Příjem inzerce v redakci Tuchoměřická 343, Praha 6, 164 00

Cena čísla 60 Kč, Předplatné v redakci, Roční předplatné

700 Kč + 14 % DPH

Název a číslo účtu Digirama s.r.o., č.ú. 51-2279360247/0100

Komerční banka, pob. Praha 6

ISSN 0322-9068, Registrováno pod MK ČR 7504

Podávání zásilek povolila Česká pošta pod č.j. nov. 6084/96

Vydavatel a redakce neodpovídají za obsah autorských článků.

Toto číslo je tištěno barvami dodanými firmou

Michael Huber CZ

Dál **společně** a **racionálně**

Čím déle bude trvat krize či krizí zavánějící rizikové období, tím častější a potřebnější budou v branži diskuse a poradenské aktivity. Psali jsme již o konkrétních krocích a mobilizujících trendech v kruzích novinového tisku. Jeden je markantní: do popředí se před jinak obvyklé konkurenční zábrany posouvá úsilí o společné uvědomělé uvažování a společný postup vlastní branže. Nikoli proti novým médiím, nýbrž pro zdůraznění vlastních možností a zachování již dosažené úrovně a toho dobrého, co tisk plní a umí. Podobně musí uvažovat vydavatelské a tiskařské podniky, tedy ti, kdo dosud investovali do lidí, do technických investic a kapacit. V nich spočívá ohromný kapitál, připravený DÁL POTVRZOVAT své oprávnění.

Jednou z cest jak pokračovat dál a neztrácet pozice a již dosažené mety (ve fungujících kapacitách, v kvalitě, v profesionalitě), jsou společné rozhovory a porady kompetentních odborníků. Nahlédli jsme k sousedům, s nimiž jsme jednak úzce propojeni (Česko je podle zveřejněných statistik největším dovozcem tiskových produktů do Spolkové republiky), jednak si jsme vědomi významné pozice a vlivu německého grafického průmyslu a jeho institucí nejen v oblasti Evropy, ale také v naší zemi. Zkusme si poslechnout, jaké názory jejich debata přinesla a které otázky jsou nastolovány v roce 2012.

Nejvýznamnější vydavatel odborných periodik Deutscher Drucker spolu se zkušenou poradenskou společností Graphic Consult z Bavorska uspořádali koncem minulého roku ve Stuttgartu „Print Congress“, diskusní fórum za účasti vybraných zástupců tiskáren, vydavatelských domů a dodavatelů i vědeckých pracovníků. Úvahy z pódiové diskuse většinou vyústily ve zjištění: „naším úkolem je sdělit zákazníkům, co napříště potřebují“. Debaty se nesly v duchu otázek „co očekávají zákazníci“ a „co jim musejí nabídnout poskytovatelé tiskových služeb“? Problém je stále tentýž: tiskárny se rozčilují nad chybnými daty zákazníků a nad požadavky, které nelze uspokojit nebo nad dodacími termíny, které nelze plnit. Odběratelé se zase domnívají, že jim partneři nesprávně radí a žádají od nich více vzájemného přiblížení a podnětů pro optimální komunikaci, kterou vidí jako dosud velmi nedostatečnou. S trochou nadhledu lze konstatovat, že obě strany v podstatě odvádějí výbornou práci, ale vzájemná komunikace vážne. Ve větších podnicích nejsou dostatečně vyjasněny

kompetence nebo chybí spolehlivý odpovědný partner, na nějž se lze se všemi otázkami obracet. Vyjímáme z debaty několik názorů a vyjádření:

- Každý podnik potřebuje pro svou činnost konkrétní směrnice, regule a hodnoty. Jak to chodí v oblasti prepressu?
- Jako předtiskový podnik se v současnosti stáváme poněkud cizím tělesem v branži. Podléháme jiným zákonitostem a jsme dnes spíše mediálním poradcem, který více uvažuje o jiných médiích. Poskytujeme zákazníkům mnohem více poradenských služeb na jejich objednávku. Je to inovativní činnost, něco, co mnohé tiskárny dosud nedělají.
- Jde o partnerskou součinnost a rozšířenou komunikaci. Zákazník má požadavky a dodavatel je musí přijmout a nabídnout řešení. Tím můžeme společnou cestou dojít k vynikajícím výkonům na obou stranách.
- Budeme dobří, jestliže dokážeme zákazníkovi ukázat, jak to jde dále, kam to spěje, jsme dnes mnohem blíže inovacím a inovativním tématům.
- Je to úkol mých odbytářů, resp. poradců, kteří „vedou“ naše klienty před sebou. Splnit jen jejich požadavky nestačí, pro mne je to až příliš jednoduché.
- Svému zákazníkovi musím rozumět. Musím mít dobré znalosti v branži a vědět, jak probíhají u zákazníka odbytové cesty, teprve potom mu mohu úspěšně nabídnout řešení a jeho roli mu usnadnit. Může to být třeba poskytnutí softwaru nebo jiná služba, vždy však mu musím být schopen odebrat problém a usnadnit mu jeho práci, aby se mohl soustředit na své vlastní obchodní úkoly.
- Příklad řešení IT: zpravidla neprogramuji pro jednotlivého zákazníka, ale vytvářím moduly. Proto musím pěstovat úzký vztah managementu vůči klientovi a přesně znát jeho požadavky. Potřebuji znát jeho oddělení a činnosti, pro jeho útvary vytvářím sítě. Týká se to zejména velkých zakázek a projektů.
- Důležité jsou osobní kontakty. Proto jsme rádi, když partneři náš podnik navštíví a zažijí živou produkci. Někteří přijdou častěji a znají se s našimi kolegy z výroby. Často jsem překvapen, jaké obchodní schopnosti projeví někteří naši tiskaři a že jim to dělá radost. Je to součást našeho servisu.
- Nestačí jen vtahovat zákazníka do našeho komplexního workflow, snaha musí vycházet také od něj, musí chtít a mít zájem o pokroky a změny k dobrému.

Úspory a racionalizace V jiných úvahách dominují opět tradiční cíle: cesty k rentabilitě a snižování nákladů v řízení i ve výrobě, logistice, nákupu materiálu.

Oborem se šíří metody, které se osvědčily v jiných odvětvích průmyslu, jako je Lean Management a některé další. V podstatě jde o analýzy a účinné poradenství v těsné součinnosti s hlavním vedením i se středním managementem podniku. V některých českých tiskárnách byly s různými výsledky uplatněny v posledních letech.

Jeden z konkrétních projektů bude diskutován na 19. Symposiu GC o řízení v březnu 2012: Nárůst produktivity o 17 %, zkrácení přípravných časů o 15 %, zvýšení kapacity o 750 hodin, redukce makulatury o 20 %, zrychlení rychlosti tisku o 12 %.

Kde a jak nabírat informace Mění se pohled na funkci a účelnost odborných veletrhů, zejména v několika posledních „krizových“ letech. Vysoké náklady na jedné straně, stále se snižující návštěvnost na straně druhé. Důvody naší čtenáři dobře znají. Mnozí se oblíbila regionálních setkání odborných pracovníků na specializované aktuální téma za účasti osvědčeného instruktora. Stručný průběh většinou jednodenní akce s účelnou demonstrací, nízké cestovní a technologické náklady, uvolnění pracovníků z výroby na omezený počet pracovních hodin, konkrétní efekt pro vysílající podnik.

V praxi se mění úloha democenter, která jsou rovněž spojena s vysokými náklady. Technologický pokrok nabral vysoké (pro někoho až šílené) tempo, takže školit se musí na všech stupních. Hledání efektivních cest je krušné a nákladné. Pochybují, že Komenský by použil větu: „hochu, všechno najdeš na internetu“, jak nám to bývá servírováno.

Jedno je nesporné, již jsme o tom psali. Náš obor se začal aktivně bránit a staví se znovu na vlastní nohy, především více a kriticky zkoumá, jak nutno nahlížet na nová média, další elektronizaci technologie a jak to dobré použít pro vlastní pokrok. Nic není jednoznačné, proto chceme přijímat a vážit nové informace, sama drupa jich v květnu dodá habaděj. ✕

Vladislav Najbrt

Firma Logotec, úspěšná svým originálním řešením filtrace vývojky v procesorech CtP (systém CMS Plate Type 3) a filtrace vlhčicího roztoku na ofsetových tiskových strojích (systém CMS Print L), se zakousla do dalších problémů vody v ofsetu a nachází další výhodná řešení pro tiskárny a CtP studia. V mnoha místech se vyskytují problémy s vodou, používanou v grafických závodech, zejména v ofsetové přípravě a při tisku na archových a rotačních strojích.

Logotec Prepress CMS AQUA TYPE C Úprava vody v prepressu se týká snížení tvrdosti vody před použitím v procesorech na vyvolávání tiskových desek v CtP, při němž změkčená voda je v návaznosti upravena na požadovanou exaktní hodnotu tvrdosti.

Nový modul lze připojit na více deskových procesorů CtP. Systém se vyznačuje kompaktní konstrukcí a snadnou rychlou instalací. Není zapotřebí žádné výměny filtrů, protože systém zahrnuje vlastní zařízení na regeneraci filtru.

Proč potřebujeme úpravu vody?

- k zamezení usazenin vápníku na válcích a dalších součástech vyvolávacích procesorů
- pro redukci intenzivního čištění
- ke zvýšení využití procesoru ve prospěch produkce.

Další výhody systému:

- nevyžaduje nákladnou pevnou instalaci potrubí
- nízké provozní náklady
- mikroprocesorové ovládání
- úprava vody je koncipována na potřebu ca 500 litrů vody za hodinu
- kompaktní konstrukce přístroje.

Funkce systému:

Voda je změkčena pomocí procesu iontové výměny a upravena na žádoucí tvrdost (1–3 stupně dH).

Pokyny pro instalaci:

- Systém musí být napojen přímo na přívod vody do deskového procesoru.



- je umístěn vně vlastního vyvolávacího procesu
- El. zapojení: 1/N/PE 220/240V 50/60 Hz
- Rozměry přístroje: 350 x 550 x 1150 mm (š x h x v).

Systém Logotec CMS AQUA TYPE DS pro archové ofsetové stroje

Nový systém DS byl vyvinut pro úpravu vody před jejím použitím k přípravě vlhčicího roztoku na archových ofsetových strojích. Metoda úpravy vody spočívá v procesu výměny iontů. Demineralizovaná voda je systémem změkčena na žádoucí exaktní tvrdost. Pro každý tiskový stroj je zapotřebí jednoho modulu, který je připojen k přívodu vody do centrálního tanku tiskového stroje na vlhčící roztok. Přístroj má kompaktní konstrukci, snadnou a rychlou instalaci a používá osvědčený systém výměny filtračních lahví.

Proč potřebujeme úpravu vody?

- k vyrovnávání výkyvů vody z vodovodního řádu
- pro zamezení vyleštění válců nebo usazování vápníku ve vlhčicích a barevníkových soustavách
- k zamezení usazenin vápníku na gumovém ofsetovém potahu

Jiné výhody systému DS:

- nevyžaduje nákladnou a pevnou instalaci potrubí
- nepatrné náklady, protože nevyžaduje použití žádných přísad
- kontroly procesu
- úprava vody je koncipována pro denní potřebu do 100 litrů vody na jeden tiskový stroj
- kompaktní konstrukce

Funkce systému:

Voda je systémem výměny iontů demineralizována a následně upravena na požadovanou úroveň tvrdosti (8–12 dH).

Pokyny pro instalaci:

Systém se napojuje vždy k centrálnímu tanku tiskového stroje pro přípravu vlhčicí vody.

Pokyny k výměně filtrační lahve:

- čas pro výměnu je kratší než 10 minut
- nutnost výměny filtrační lahve je automaticky oznámena přístrojem.

Výměny filtračních lahví:

- filtrační lahve jsou dodávány v přepravní bedně
- bedna slouží k přepravě a uskladnění lahví. ✕

Dodávky a servis v ČR a SR exkluzivně zajišťuje společnost:

printa

PRINTA s.r.o.

Bolívarova 23/2093

169 00 Praha 6, Česká republika

602 661 164, info@printa.cz