

Střední Evropa v rakouském centru ofsetových billboardů

Openhouse v tiskárně Gerin u Vídně režíroval manroland

Archová ofsetová tiskárna Paul Gerin z rakouského Wolkersdorfu je díky svému českému zastoupení D&S Design Prague dobře známa i u nás – byl zde tištěn ne jeden billboard z těch, které vídáme na českých reklamních plochách. Gerin v Rakousku tiskne i knižní a další merkantilní produkci, jako jsou výroční zprávy, zejména obaly a katalogy jsou přitom vedle billboardů konkurenceschopné i mimo rakouský trh. (Knihy vzhledem ke svým obvykle menším nákladům tolik ne, ale podle Davida Hoříckého z českého zastoupení Gerinu lze v Rakousku najít například levnější vazbu V8 než v Česku.) Potiskují a vyrábějí se zde i etikety a wrapery na čokolády a měkké cigaretové krabičky pro firmu Austria Tabak.

A právě tuto tiskárnu si 25. května vybrala společnost manroland v rámci série setkání Obchodní fórum k uspořádání openhouse Ploché ofset v Gerinu. Program se skládal z několika přednášek a komentované prohlídky tiskárny. Jedinou komplikací akce bylo velké teplo, které potrápilo i posluchače ve venkovním přednáškovém stanu.

Inovujte, spolupracujte, odlište se

Šlo o akci se středoevropským dosahem: mezi více než dvěma stovkami účastníků bylo kromě němčiny slyšet i polštinu, maďarštinu, češtinu a slovenštinu, přednášky i komentář návštěvy tiskárny byly k dispozici kromě němčiny i anglicky. Česko-slovenské části hostů zajistil manroland i doprovod rakousko-české hostesky.

Úvodní slova patřila výrobnímu řediteli Paul Gerin Druck Herbertu Eidelpesovi a Pietu von Guntenovi z regionální pobočky manrolandu.

Doktor Markus B. Hofer ze společnosti Simon-Kucher and Partners z Kolína nad Rýnem zvolil pro svou přednášku název Tisk – inteligentní průmysl, nebo impulzivní bazar? s podtitulem Více strategické cenové politiky místo hysterického konkurenčního chování. Za základní kritéria trhu označil závislost na okolní ekonomické situaci, velký počet malých a středních společností, cenový tlak způsobený přebytkem kapacit a novými asijskými konkurenty a vyjednávací sílu mnoha zákazníků a dodavatelů. V Německu poklesla cena tištěných produktů mezi roky 2001–2008 o 4 %, zatímco cena energie se zvýšila o 28 % a celulózy o 3 %. Podle loňských údajů německého tiskového svazu BVDM výrazně klesá poptávka po katalozích a letáčích, stagnuje produkce knih a kartografických produktů a mírně vyšší poptávka se předpokládá u etiket.



Foto: md

▲ Billboardy jsou v Gerinu tištěny zejména na dvou velkoformátových Rolandech 900 XXL, dalších šest strojů od manrolandu slouží mj. k potisku obalů, výrobě katalogů či etiket

skými konkurenty a vyjednávací sílu mnoha zákazníků a dodavatelů. V Německu poklesla cena tištěných produktů mezi roky 2001–2008 o 4 %, zatímco cena energie se zvýšila o 28 % a celulózy o 3 %. Podle loňských údajů německého tiskového svazu BVDM výrazně klesá poptávka po katalozích a letáčích, stagnuje produkce knih a kartografických produktů a mírně vyšší poptávka se předpokládá u etiket.

Snižte spíše produkci než cenu

Podle Hofera je v krizi snížení celkové produkce na úkor méně profitabilních zakázek výhodnější než snížení ceny. Důležité je zjistit profitabilitu jednotlivých tržních segmentů, pomoci může i sdílené know-how a další spolupráce s partnery, využití evropských technologických a ekologických standardů jako bariéry proti konkurenci, a zejména diferenciace a specializace výroby.

Podle Mathiasse Holdera vyžaduje měnící se ekologická legislativa technologickou modernizaci, i když se s nástupem krize dramaticky zhoršilo finan-

vání. Výrobní náklady na tisk barevné 16stránkové složky se při nákladu 10 000 výtisků pohybují na Rolandech řad 700 a 900 mezi 1600 a 2000 eury.

Felix Ehrtmann nazval svou prezentaci Efektivita EcoLogic – ekonomie skrze ekologii. Podle něj mají dnes stroje manroland o 30 % menší spotřebu energie a vody než v roce 2000. Manroland nabízí mnoho úsporných řešení. QuickChange Surface, povrch válce podobný teflonu, vyžaduje o 30 % méně čisticích prostředků. Centrální rozvod barvy SelectInkSupply redukuje barvový odpad až o dvě třetiny. SelectDampeningFiltration snižuje potřebu vlhčicího roztoku na desetinu. SelectPowderSystem snižuje množství prášku cílenější a stejnoměrnější aplikací, SelectPowderExtraction redukuje na desetinu přítomnost prášku uvnitř stroje a výparu čpavku. SelectSystems jsou souborem řešení pro mimotiskové agregáty, jako je vlhčení, chlazení či dodávka vzduchu, které se na spotřebě tiskového stroje podílejí až dvěma třetinami. SelectCombiCenter například ušetří 45 % energie chlazením barevníků,

SelectDryerIR/TL ušetří 30 % energie vrácením tepla do oběhu. QuickChange zkracuje přípravné časy na 30 %.

Sascha Ehrenberg navrhl jako cestu z krize nabídku nových služeb a inovace a představil celý koncept VAP (Value Added Printing, tedy tisku s přídavnou hodnotou), na němž manroland spolupracuje s mnoha dalšími polygrafickými výrobci. Produkty printcom představil Reiner Licha.

Technologické ultimátum

Při samotné prohlídce tiskárny šlo zejména o živé předvedení strojů Roland 500, 900 XXL s dvojitým lakovacím modulem a desetibarvové 700 ve verzi Ultima (pět tiskových věží, lakovací modul, obracací zařízení a shodná konfigurace za obracením), která přibyla do Gerinu počátkem tohoto roku jako vůbec první na světě a je, jak z konfigurace vidno, schopna potisknout papír z obou stran plnobarevně s lakováním v jednom průchodu. Stroje mohou být vybaveny jak UV, tak IR/horkovzdušným sušením (Seccomatic). Ve verzi Ultima (konfigurace na požádání) jsou nyní k dispozici i řady 904 a 500.

Paul Gerin Druck vznikl v roce 1871 ve Vídni jako knižní a umělecká tiskárna a litografický ústav. V roce 1978 přeložil

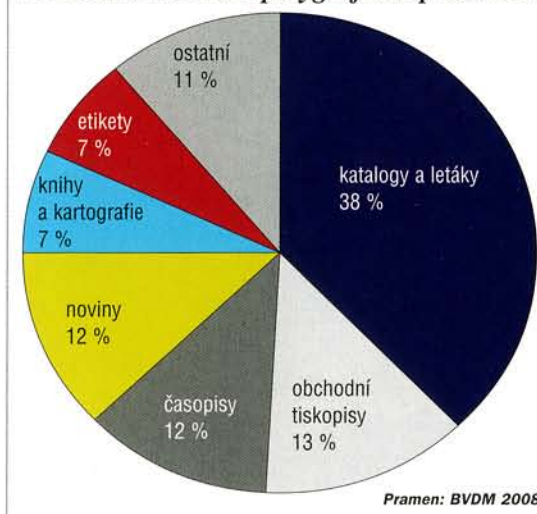
Jakou uhlíkovou stopu zanechá výroba publikace Subject of Print

formát A4, 32 stran, 4/4 barvy, náklad 24 000 ks

	kg CO ₂	%
papír	3290	76
barva	24	0,5
činnost tiskového stroje	553	12,5
desky	230	5
transport	250	6
celkem	4347	100

Pramen: manroland 2009

Struktura německé polygrafické produkce



nynější majitel ing. Richard Gerin, vnuk zakladatele Paula Gerina, výrobní centrum firmy do Wolkersdorfu. Dnes má tiskárna přes 200 zaměstnanců v hlavním firemním areálu na ploše 12 000 m² a třech rakouských pobočkách, roční obrát celé skupiny Gerin i s českým, slovenským a maďarským zastoupením loni činil kolem 850 milionů korun. Hlavní provoz ve Wolkersdorfu je vybaven výhradně archovými ofsetovými stroji manroland, převážně velkoformátovými. Pracuje jich zde osm, z toho dva v největším XXL formátu 2A0 (130 x 185 cm). Novinkami jsou čtyřbarvový 904L8-XXL (formát 8, tj. 2x B0) s lakováním a pětibarvový 905-6 ve formátu B0+ s lakováním a UV lakováním. Billboardy se tisknou na dvou modelech 900 XXL, obaly na modelech 500, 900 (s dvojitým lakováním) a 700 Ultima. V Gerinu také často potiskují zakázky pro jiné výrobní firmy, které si následně jejich další zpracování zajišťují jinde či vlastními technologickými prostředky.

Desky do strojů dodávají tři nová velkoformátová CTP Creo Quantum XXL. Výroba probíhá v nepřetržitém třísměnném provozu. Specifikou tiskárny je, že zde velkoformátové zakázky standardně tisknou stochastickým rastrem Staccato (až 200 lpi), což vyžaduje přídavné chlazení na strojích a častější výměnu ofsetových potahů. Billboardy se přitom tisknou v rozlišení 1200 dpi, citylights a merkantil v rozlišení 2400 dpi. Billboardy se falcují na novém zařízení Herzog + Heymann. V roce 2000 převzala tiskárna další výrobní provozy ve Vídni, Linci a Villachu, zastoupení tiskárny jsou

kromě Prahy i v Bratislavě a Budapešti. Předloni Gerin získal certifikaci kvality ISO 12647-2 od Fogry pro klasický a velkoplošný ofset.

Manažerský informační systém Rogler, napojitelný na manrolandovské workflow printcom, zde představil osobně ing. Hannes Rogler. Systém Rogler v Gerinu od roku 2003 umožnil zvýšit počet uskutečněných zakázek o 30 %. U nás ho najdeme v břeclavském Moraviapressu.

Česká pobočka Gerinu, společnost D&S Design Prague, vznikla v roce 1996. Nejde jen o obchodní zastoupení, má k dispozici i DTP studio. Všechny zakázky tiskne ve Wolkersdorfu, asi polovina z nich se ovšem

dále zpracovává v českých polygrafických provozech. Český billboardový trh je podle jednatele firmy Davida Hoříckého roztříštěný, podobná situace ale prý byla zhruba před deseti lety i v Rakousku, dokud krizi nepřežilo pouze několik výleповých společností, které se dohodly na podmínkách. Zatímco v Česku si zákazník může z reklamních ploch vybírat individuálně, v Rakousku se již nabízejí jen jako balíky, členěné podle několika stupňů kvality: na Standard, Select, Tp, Star, Star Plus a Super-Star, přičemž rozdíl ceny plochy z nejlevnější a nejdražší kategorie (kterých jsou jen 2 %) činí až desetinásobek. Zajímavé také je, že v Česku se náklady zhruba do 100 kusů billboardů tisknou obvykle digitálně, kdežto v Rakousku již od 60 kusů využívají ofset – důvodem je zejména cena pracovní síly.

Jsmo největší...

Rakouský billboardový trh je podle D. Hoříckého několikrát větší než český (70 000 ploch oproti 20 000 českým při pololetním, tedy dvoutýdenním trvání rakouských kampaní), je zde méně billboardů podél dálnic a hlavních cest, ale o to více v malých městech a vesnicích. V Česku jsou největšími kampaněmi ty politické, s 1000–1200 plochami, obvyklé „velké“ kampaně visí na 400–700 plochách.

Hlavní rakouský konkurent Gerinu v tisku billboardů nedávno zkrachoval, firma si proto svou pozici na trhu ještě upevnila – je největší archovou a pátou největší tiskárnou v Rakousku s 60% podílem na zdejším billboardovém trhu – každý rok tiskne zakázky pro několik set reklamních kampaní. V současnosti probíhá v Rakousku sebezpropagační kampaň Gerinu na 3000 plochách, v Česku se Gerin každým rokem před Vánocemi prezentuje na 100–200 plochách.

md



Foto: md