

12

2 0 1 2



TYPOGRAFIA

číslo 1241 | ročník 115

# Editorial

Kdo vyhlížel po drupě uklidnění v otázkách trendů, podle nichž bude možné klidněji plánovat a investovat, prožívá s přílivem nových informací o tiskových a mediálních technikách další nové otázky, pochybnosti a nová nebo spíše staronová témata. Zdálo by se, že výroba novin a publikací jsou ještě nadlouho pevně ukotveny v ofsetových tiskárnách, které silně investovaly do mohutných kapacit a dosahují značné pohotovosti a vysoké kvality tisku. Přesto je věnována zvýšená pozornost technikám inkjetu, kde technika v praxi rychle postupuje kupředu a jeví ekonomické a provozní přednosti v těchto segmentech výroby tradičních produktů. Přední výrobci strojní techniky a progresivních technologií se spojují a již zaznamenali velký zájem a úspěšně dodávají skutečně fungující linky a systémy. Jedním z nich je spojení a společný postup firem Manroland Web Systems a Océ, které přineslo jako výsledek již dvě výrobní linky, z nichž novinová se bude v létě instalovat ve Francii a druhá, knižní byla představena v democentru Océ v Poingu u Mnichova. Zřejmě způsobí obě náležitý rozruch vzhledem ke stále klesajícím nákladům, trhem požadovaným změnám formátů a narůstající pestrosti požadavků zákazníků a čtenářů.

Jiným trendem je zájem a orientace tisku a médií na zvyšování hodnoty tiskových produktů, jež má potvrdit další životnost a výnosnost tiskové branže. O tom, že je nezbytné dál rozvíjet a úžeji spolupracovat se zákazníkem a vycházet mu vstříc, jsme psali již mnohokrát a byly tomu věnovány programy a obsahy mnoha odborných konferencí. Nabídka zhodnocení a zušlechťování povrchů tiskových archů až po 3D techniky ještě stále nevyčerpala všechny známé možnosti, také obalová technika ještě zdaleka neřekla své, personalizace a stále rostoucí vliv digitálních technik, otevřené jsou další cesty a nároky trhu bezpečnostních tiskovin, manuálů k výrobkům, velkoformátové reklamy a dalších efektivních oblastí s rostoucími požadavky.

Po veletrhu a kongresu World Publishing Expo, který místo Madridu se konal ve Frankfurtu nad Mohanem, vstupují do popředí proměny a nové techniky ve vydávání a výrobě novin. Od Mohanu zaznělo, že tiskové médium se mění na multikanálové vydávání. Aktuální jsou stále důležitější témata „Cloud Computing“, „App- Integration“, „Smartphone“ a „Tablet“. Vydavatelská branže po určitém váhání a vyčkávání – vždyť šlo o velké objemy hodnot – horečně počítá výnosy a ztráty a vyhodnocuje první zveřejněné výsledky experimentů, jaké ohlásili i ti největší vydavatelé. Velmi diskutovaný příklad finančního neúspěchu mediálního obra Ruperta Murdocha s totálním přechodem z papírových novin USA daily na tabletové noviny „The Daily“ je probírán ve všech významných listech a samozřejmě skoro všichni náhle tvrdí, že „věděli, že jde o zbrklý a unáhlený“ úlet miliardáře, kterému kdosi špatně radil.

Psali jsme o významu designu pro uvádění nových produktů a projektů. Vznikly nové školy nebo katedry, i v menších městech, které dnes nabízejí specializovanou výuku designu a dokonce i studia polygrafie a médií. Vede to nejen k přiblížení studia do regionů, ale bohužel i k devalvaci pedagogické úrovně. Ne všude jsou k dispozici zkušení učitelé a instruktoři, schopní přiblížit posluchačům účinnou praxi – nemluvě o moderním vybavení. Co v budoucnu s absolutoriem škol, které si nestačily vybudovat jméno a dobrou pověst, jaké do života a společnosti přenášejí po vstupu do praxe jejich studenti. Od příštího 125. ročníku vycházení časopisu Typografia (založen 1888) chceme otiskovat příspěvky čtenářů všech generačních skupin ze života tiskáren, nakladatelských firem a lidí v nich. Prosíme čtenáře, aby napsali cokoli zajímavého ze života svého i svých kolegů spolupracovníků a zkušenosti z převratových období všeho druhu. Bylo to období přeprsté, s mnoha změnami, přešlapy i úspěchy. Také opět připomínáme 13. ročník soutěže „Kalendář roku 2013“, do níž můžete přihlásit nebo doporučit kterýkoliv nástěnný nebo stolní kalendář za rok 2013.

Vladislav Najbrt



Obálku prosincové Typografie vytvořil  
Lubomír Krátky (\*1939 Bratislava),

který se věnuje hlavně knižnímu designu a kaligrafii. Tento slovenský grafik získal doma i v zahraničí řadu ocenění za grafickou úpravu knih. S časopisem Typografia spolupracuje jako zahraniční partner. Žije a pracuje v Bratislavě.

Přejeme všem našim čtenářům krásné svátky Vánoc v kruhu rodin a přátel, zdraví a pohodu do všech dní a po roce opět šťastné vyšlápnutí do nového roku 2013!

## OBSAH

### CONTENTS

- 1 Budoucnost evropského průmyslu tisku – je v našich rukou  
Future of European printing industry – is in our hands
- 4 Přidaná hodnota tisku  
Value added printing
- 4 Anketa Typografie a grafický design napříč médii  
Questionnaire Typography and graphic design across media
- 5 Profitovat na funkčním tisku  
Profiting on functional printing
- 6 Ondřej Sedláček  
Reklama na konci roku aneb Psychologie je mocná  
Advertising at the end of the year or psychology is a powerful
- 7 Radiofrekvenční identifikace RFID se stala masovou technologií  
Radio Frequency Identification RFID has become a mass technology
- 8 Jitka Böhmová  
Hlavní partner soutěže Kalendář roku 2013 –  
OSPAP se mění, kvalita zůstává  
The main partner of Calendar of the year 2013 –  
OSPAP changes, the quality remains
- 10 Lakování je v trendu  
The trend to coating
- 11 Rozhovor s odstupujícím a novým jednatelem společnosti Michael Huber CZ  
Interview with outgoing and new managing director Michael Huber CZ
- 12 Jednou větou, třemi větami  
One sentence, three sentences
- 13 Jana Vránková  
Začátek rychlého tisku  
Beginning of the fast printing
- 14 Dílna Knižní typografie, Lubomír Krátky  
Workshop of the book typography, Lubomír Krátky
- 16 Vladislav Najbrt  
Stránky Mistrů #25 – Oldřich Menhart (115/50)  
Pages of Masters #25 – Oldřich Menhart (115/50)
- 18 Tiskárna Libertas, a. s., pokračovatelka tradic smíchovských tiskáren  
Printer Libertas, a. s., a continuator of traditions Smíchov printers
- 20 Frankfurtský knižní veletrh: Od knihy k filmu a hrám – a zase zpět  
Frankfurt Book Fair: from books to the film and games – and back again
- 22 Aktuality z domova a ze zahraničí  
Actualities from printing industry
- 24 Kolegium Typografie představuje své členy  
Kolegium Typografie introduces its members

### Typografie digitální

Příloha o digitálním tisku tištěná digitálním tiskem vložená uvnitř čísla

### TYPOGRAFIA 12/2012/1241/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.typografiaz.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  
bohmovajitka@tercie.cz  
Předseda redakční rady Milan Maršo  
Redakční rada Jaroslav Hruška, Jan Král, Milan Maršo,  
Zdeňka Maršová, Vladislav Najbrt, Jan Opletal, Jan Sehnal,  
Jiří Zápotocký  
Zahraniční partneři Thomas Helbig, Kurt K. Wolf,  
Lubomír Krátky  
Obálka: Lubomír Krátky  
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

# Budoucnost evropského průmyslu tisku – je v našich rukou

Po publikaci: „Best Practices in Socially Responsible Restructuring for Printing Companies“, český „Osvědčené postupy sociálně odpovědné restrukturalizace polygrafických firem“, která byla zveřejněna v roce 2010, byl ještě vydán „Toolkit“, který v rozsahu 70 stran obsahuje rady, návody a kontrolní seznamy, které ve formě katalogu otázek mají umožnit vedoucím pracovníkům a personalistům vyhledávat řešení bezpříkladných výzev, se kterými je průmysl tisku v druhém desetiletí jedenadvacátého století konfrontován.

Obsah tohoto „souboru nástrojů“ se opírá o „osvědčené praktiky“ (anglicky best practice). V praxi to znamená „optimální průběh obchodu, nejlepší dostupnou metodu produkce, nejlepší možnou praxi v rámci produkce, osvědčený postup produkce, nebo nejlepší výrobní systém v rámci dané produkce“. Přitom materiál EU uvádí, že se jedná o „nástroje“ vybrané na základě studií ze Západní Evropy a Spojených Států. Ovšem v praxi se může stát, že bude nutno dbát na určité rozdíly, které jsou dány geografii, národními zákony, demografickými aspekty, nebo různými formami podnikání v daném regionu, které bude nutné vzít v úvahu.

Další otázkou je terminologie, která by měla být, pokud možno, univerzálně použitelná, například: V materiálu se doporučuje používat pojem „zaměstnanec“ nebo „osazenstvo“ místo „pracovníka“ a „úředníka“, aby se předešlo jakýmkoliv otázkám z hlediska statutu osazenstva; Dále se doporučuje používat pojem „zástupce zaměstnanců“ ve vztahu k „neoficiálním“ zástupcům odborů, nebo jiným zástupcům, kteří byli vybráni zaměstnanci, nebo zástupcům podnikové rady.

Vzhledem k tomu, že některé podniky průmyslu tisku mají různý vztah k odborům, přičemž spíše je tento vztah otevřený, což je dáno jednáním v oblasti tarifů, dále osvědčenými postupy při urovnávání sporů a diferencí. Použitý „soubor nástrojů“ nevychází pouze z uznání odborů, čímž se umožňuje, aby byl obsah „nástrojů“ použitelný pro jakýkoliv podnik v oblasti průmyslu tisku. Ovšem část materiálu (která ale není v tomto výčtu informací zastoupena) vychází z toho, že odbory mají pozitivní vliv na branži tisku a pracovní prostředí tím, že všichni zaměstnanci hledí s důvěrou do budoucnosti, že budou jeho zájmy efektivně zastoupeny tak, aby všichni mohli pozitivně přistupovat k probíhajícím změnám v průběhu restrukturalizace podniku. „Soubor nástrojů“ je postaven na koncentrických kruzích – jak je uvedeno na vloženém (do češtiny přeloženém) kruhovém schématu. Podnik se nachází v samotném středu kruhu se zodpovědností za realizaci restrukturalizace.

Proces restrukturalizace, ať již je příčina jeho realizace jakákoliv, probíhá v pěti fázích, které jsou zastoupeny následujícími hesly druhého okruhu:

- plánování
- angažování / navazování kontaktů
- konzultace
- projednávání
- hodnocení

Třetí okruh se vztahuje k partnerům, kteří mohou podniku v odpovídající fázi procesu restrukturalizace nabídnout pomoc.

Čtvrtý okruh obsahuje příklady pro pomoc, kterou může každý ze segmentů fáze procesu od každého z protilehlých partnerů obdržet.

V rámci informace jde o restrukturalizaci podniku, jako možné cesty z krize, kde po úvodu a přeloženém schématu se krátce zaměřím na Customer relationship management (CRM nebo řízení vztahů se zákazníky), který je jednou z mnoha součástí diskutovaného materiálu restrukturalizace.

**Řízení vztahu se zákazníky (CRM) spojuje prodej, marketing a servis za účelem:**

- přilákat zákazníky a udržet si je
- upevňovat dlouhodobě trvalé vztahy se zákazníky a jejich kladný vztah k našemu podniku
- určitě je nákladnější přilákat nového zákazníka, než si udržet stávajícího

V podstatě jde při CRM o to, zaměřit ohnisko zájmu místo na vlastní podnik, na odbyt produktů a služby, na to, co chce a potřebuje zákazník – a co by měl podnik udělat pro to, aby předčil očekávání zákazníka. Náklady na udržení zákazníka jsou minimální ve vztahu k nákladům pro získání nového zákazníka, takže se i z obchodního hlediska vyplatí úzce se zákazníkem spolupracovat a stát se součástí jeho obchodování.

Každá společnost se zabývá z hlediska CRM těmito problémy:

- Udržení stávajících zákazníků
- Porozumění zákazníkům
- Schopnost jim naslouchat
- Identifikace klíčových procesů
- Zvyšování spokojenosti zákazníků při zlepšování klíčových procesů
- Tvorba marketingové strategie k udržení stávajících zákazníků a získání zákazníků nových
- Schopnost oslovit nové zákazníky

Klíčem úspěšné CRM iniciativy jsou správná a konzistentní data zákazníka, přístupná především on-line v celé IT infrastruktuře. Důležité je uvědomit si, že řešení CRM se dotýká prodeje, servisu i marketingu, a to při udržování spokojenosti zákazníka.

**EU projekt „Sociálně odpovědné restrukturalizace průmyslu tisku“ byl ukončen. Takřka sto účastníků z 18 zemí přijelo na závěr projektu 18. září 2012 do Bruselu**

Za účasti Německého spolkového svazu tisku a dalších evropských svazů byl úspěšně završen projekt restrukturalizace průmyslu tisku pod vedením Mezinárodní konfederace tiskových svazů Intergraf, která sdružuje 23 národních federací tisku ve 20 zemích Evropy společně se svazem Uni Europa Graphical.

Není žádný recept na to, jak řešit v oblasti tisku a médií strukturální změny. Spíše jde o to, systematicky analyzovat individuální možnosti každého podniku. To je výsledek workshopů v branži průmyslu tisku k problematice „Strukturálních změn v průmyslu tisku. Vytvářet předpoklady pro rozvoj do budoucna!“. Workshopy v Hannoveru a ve Frankfurtu nad Mohanem v červnu 2012 byly financovány Evropskou komisí a Generálním ředitelstvím pro zaměstnanost, sociální věci a rovné příležitosti. Tyto workshopy byly součástí projektu EU „Sociálně odpovědné restrukturalizace v průmyslu tisku“ a proběhly v „printXmedia Süd“, dále v „Poradenské síti svazů tisku a médií“, pod vedením Geralda Walthera. Během workshopů byly výsledky studie „Budoucnost evropského průmyslu tisku“ a průvodního materiálu „Toolkit“ (Souboru nástrojů) představeny „Best Practice (příklady dobré praxe)“. Bouřlivé diskuse proběhly ve skupině, v níž byly diskutovány podnikově hospodářské metody analýzy trhu a možností trhu, jako jsou analýzy SWOT a PEST. Snižování kapacit, rozšiřování kooperace a zejména rozsáhlost služeb pro zákazníky představují klíčová kritéria úspěšnosti pro budoucnost. Všem 46ti účastníkům, jak uvádí Spolkový svaz tisku a médií (BVDM), bylo také jasné, že nemůže existovat žádné univerzální řešení pro strukturální změny, a že i strategie vyhledávání skrytých možností trhu, nemůže zajistit, aby 9 700 podniků v oblasti německého průmyslu tisku zbohatlo. Je naopak nezbytné zabývat se intenzivně problematikou strukturálních změn v oblasti průmyslu tisku a členských společností tak, aby pomoc prostřednictvím poradenství byla dostupná a efektivní. Workshopy k tomu významně přispěly. Účast Spolkového svazu tisku a médií (BVDM) a dalších

Schéma procesu restrukturalizace v koncentrických kruzích – restrukturalizovaný podnik je ve středu kruhu

