



30 LET

1993
2023

servisbal.®



30 let společnosti Servisbal
1993 - 2023

Text © Dalibor Vrba, Vojtěch Štěpánek, Servisbal Obaly s.r.o.
Grafické zpracování © Jiří Dvorský, Peacock, a.s.

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této publikace nesmí být publikována a šířena žádným způsobem a v žádné podobě bez výslovného svolení firmy Servisbal Obaly s.r.o., 2023.

Představují se **Horčičkovi**

*Každý obal skrývá příběh,
kterému dáváme šťastný konec.*

Servisbal a Dobruška prostě patří k sobě stejně jako třeba Mozart a Vídeň. Když rodina Horčičkových zakládala naši společnost před 30 lety, vybrala si právě toto malebné sídlo v podhůří Orlických hor. A přestože jsme se od té doby několikrát stěhovali, vždy to bylo v rámci jednoho města. V naší firmě pracuje už přes 130 zaměstnanců a mnoho jich je právě z Dobrušky.

Proto jsme se rozhodli tuto výroční publikaci propojit s historií města. Upřímně si vážíme práce našich předků, kteří zde vybudovali mnoho úspěšných firem a pozvedávali společenský a kulturní život celého regionu. Na tyto podnikatelské i společenské tradice rádi navazujeme. Snažíme se, aby naše aktivity byly prospěšné celému regionu a měly pozitivní vliv i na životní prostředí.

Příběh Servisbalu a města v 19. a 20. století se na stránkách této brožury vzájemně prolínají. Průvodci historické části jsou dobové postavy z Dobrušky, například Josef Archleb, bývalý starosta města a vědec, a Karel Krauser, továrník. Jejich rozhovory jsou ale pochopitelně naším výtvořem. Naopak zcela reálný a aktuální je rozhovor s Lukášem a Ladislavem Horčičkovými. Jejich odpovědi nás provází jednotlivými kapitolami publikace.

Výběr osob nebyl náhodný, dva pánové podnikatelé se výrazně zasloužili o rozvoj Dobrušky. A Servisbal je zase spojen s rodinou Horčičkových. Lukáš v současnosti společnost řídí z pozice ředitele, Ladislav je pak jako zakladatel tou nejpovolanější osobou pro vylíčení jejího vývoje v průběhu let.



*Ladislav Horčíčka,
zakladatel Servisbalu*

*Lukáš Jiří Horčíčka,
ředitel Servisbalu*

servisbal





Josef Archleb,
zakladatel likérky „La Ferme“,
vědec, starosta Dobrušky
(1887 – 1897)



Karel Krauser,
majitel tkalcovny
a zasilatelství „Liznar
a Krauser“

Něco končí, jiné začíná

Starosta Dobrušky, pan Archleb, spolu s továrníkem Krauserem shlíželi na Dobrušku z nedalekého kopce.

„Není to krása, přáteli?“ ukázal Krauser na město, rozprostírající se pod nimi. Radniční věž už nějakou dobu nebyla jedinou dominantou města, společnost jí dělalo několik do výše se tyčících továrních komínů.

„Proč nic neříkáte, Josefe?“

„Odpusťte, trochu jsem se zasníl,“ odušil druhý z pánů trochu posmutněle. „Přemýšlím, jak to vše celé dopadne, vite? Mojí likérce se přestává dařit. Vše spěje k jejímu konci.“

„I kdyby tomu tak bylo, milý Josefe, tak je tu plno jiných věcí, které jste dokázal,“ snažil se ho povzbudit přítel. „Nebýt vás, Dobrušce by se tak dobře nevedlo, to mi věřte, pane starosto! Výstavy, které jste inicioval! Celá země, ba i hosté ze zahraničí, se do Dobrušky jezdí dívat na úžasné stroje a výrobky. Uznání si zasloužíte také za přínos vědě a dění kulturnímu. Spolky, jejichž jste předsedou, ocenění, která jste získal, odborná periodika, která vydáváte, váš fotografický atelier, dá se to vůbec vyjmenovat všechno? Smutek pryč, pane starosto, vy jste se již navždy chvalně zapsal do dějin dobrušských!“

Vousatá obrýlená tvář pana Archleba se začala usmívat. „Děkuji vám, Karle. Byť jsem možná přispěl k rozmachu tohoto kraje pod Orlickými horami, není rozkvět tento pouze mojí zásluhou. Hleďte na ty továrny. Pivovar, tkalcovna, továrna na stroje hospodářské. Tolik šikovných lidí, tolik talentů. Vaše firma, Liznar a Krauser, je výtečným příkladem. A nejen stroje, ale i umění je na vzestupu. Říkám vám, z toho mladého Kupky z Opočna jednou bude velký malíř!“

„Ano, jeho obrazy jsou zajímavé,“ přitakával přítel, „ale mě stejně více zajímá pokrok technologický. Co říkáte tomu, že pan Kosar chce v Dobrušce vybudovat podnik pro výrobu papírových obalů?“

„Inu, je to velká věc a další novinka v tomto kraji. Snad bude mít úspěch, však do kartonových a papírových obalů se dnes balí mnoho zboží. Přejme mu štěstí!“

Takto nějak mohl probíhat rozhovor mezi Josefem Archlebem (1843 – 1913) a Karlem Krauserem (1864 – 1927), dvěma velikány z počátku průmyslové výroby v Dobrušce. Tito pánové se s mnoha dalšími tehdejšími podnikateli významně zasadili o rozvoj města Dobrušky a okolí.

Začátky Servisbalu

První krok Servisbal učinil v roce 1993, kdy byl založen manžely Horčíčkovými a Jaroslavem Liškou. Po odchodu třetího společníka zůstala firma v rukou Horčíčkových. Servisbal vznikl jako kombinace kartonážky a velkoochodu s obaly, v tom ostatně pokračuje dodnes. Postupem času se začal zaměřovat i na obalové poradenství a komplexní obalové projekty. Podnikatelské aktivity a služby zákazníkům se od začátku řídily vizí poskytovat vždy „excelentní servis pro balení“. Servisbal ušel již dlouhou cestu, základy, o které se opírá dodnes, byly položeny již před 30 lety.



Kolektiv Servisbalu 1995.
V Servisbalu stále působí Hana Horčíčková, Ladislav Horčíčka, Roman Pecen a Jana Štěpánová.

Jak vzpomínáte na založení Servisbalu a na začátky ve společnosti?



Ladislav Horčíčka ml.

Se vznikem významných firem bývá spojeno mnoho mýtů. Platí to i pro Servisbal, však už taky od jeho počátků uplynulo 30 let. Pravda je ale taková, že prvotním impulsem pro začátek mého podnikání byl konec nájemní smlouvy ve služebním bytě zaměstnavatele, který procházel restitucí. Jinak ale začátky Servisbalu rysy zajímavého příběhu nesou. Začínali jsme s manželkou doslova u jednoho stolu. Naším prvním strojem byly kruhové nůžky, technologie z 19. století. Jak ale dobře posloužily! A když jsme získali první opravdu velkou zakázku, sestavovali jsme potřebný stroj ze starých dílů doslova za pochodu ze starých dílů a obaly lepili v pronajaté tělocvičně. To byly časy!



Hana Horčíčková

Jako spoluzakladatelka Servisbalu jsem byla u úplných začátků firmy a mám velkou radost, že dodnes potkávám v Dobrušce kolegy, kteří při nich byli také.



Lukáš J. Horčíčka

Díky tomu, že jsem ročník 1990, jsem se Servisbalem doslova vyrůstal. Jako malý jsem si hrál na dvoře firmy, později mi bylo v rámci prázdninových brigád svěřeno vytrhávání plevele a časem jsem se vypracoval až k vylupování obalů ve výrobě. Po vysoké škole jsem si vyzkoušel i práci v jiném oboru mimo Servisbal, ale nakonec jsem vyslyšel volání „domoviny“ a zapojil se do chodu společnosti jako její zaměstnanec. Naše společnost je od počátku budována jako rodinná, proto mě těší, že jsem mohl po otci převzít pozici ředitele a stoupnout si ke kormidlu.



Ladislav Horčíčka st.

Jsem moc rád, že i já jsem měl možnost podílet se na rozvoji firmy, zejména v oblasti stavebního rozvoje a správy nemovitostí.

Bez prostoru nelze růst

Parta dělníků, tvořících frontu, si svižným tempem podávala z ruky do ruky stavební materiál.

Z bytelného povozu, který stál poblíž rozestavěného továrního komínu, se cihla po cihle dostávala na své místo. Stavební mistr osobně dohlížel na kvalitu právě dovezených tvárnic. Pouhý náznak drobné praskliny či nerovná hrana znamenaly, že cihla byla vyřazena a nikdy nebude součástí komínu.

K mistrovi přistoupil pán v buřince. „Není těch vyřazených cihel škoda?“ zeptal se. „Vypadají použitelně.“

„Budou využity jinde, pane továrníku,“ odvětil mistr. „Na stavbu komína se ale opravdu nehodí, vězte mi.“

„Ó, to já vám věřím! Pár komínů jste už v okolí postavil, že?“

„Přesně tak, takže pokud dovolíte, a při vši úctě, pane továrníku, máme spoustu práce.“

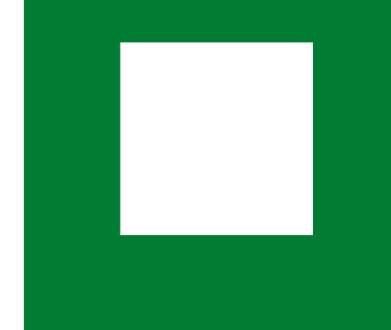
Majitel výroby stuh se s omluvou za zdržení vzdálil. Byl přesvědčen, že se mu koupě nového pozemku kvůli rozšíření továrny vyplatila. Ještě před pár lety na to ani nepomyslel, ale stuhy šly na odbyt a poptávka vysoce převyšovala nabídku. Stuhy byly žádané především kvůli výrobě klobouků a dokud se budou nosit klobouky, má pan živnostník o živobytí postaráno. Nový komín roste velice rychle a co nevidět bude součástí panoramatu města. Každý již z dálky uvidí, že se podnik rozšiřuje a že se mu daří.



Už na přelomu 19. a 20. století bylo důležité držet krok s potřebami zákazníků a zároveň bylo nutné modernizovat a aktualizovat procesy podle probíhajících trendů. To se do dnešních dob nezměnilo.

Ve značné výhodě jsou podniky s vlastním areálem, protože mají plnou kontrolu nad majetkem, jeho zabezpečením, výrobou, skladováním a logistikou. Mají možnost toto vše optimalizovat přesně dle svých požadavků a zároveň snižovat náklady tam, kde to lze. To vše pomáhá udržet konkurenceschopnost a naplňovat potenciál firmy.

Vlastní areál



Jsou firmy, které přijdou do úrodné krajiny, nechají si na černoze postavit sklad a ten si pak pronajmou i se skladníky. Až se jim přestane v místním byznysu dařit, pokračují dál, třeba na druhý konce světa. To ale rozhodně není styl Servisbalu. Ten je pevně zakořeněn v regionu, který slouží jako bezpečný přístav pro další expanzi. A k tomu patří vlastní areál. Považujete to za staromódní? Možná. Servisbalu se to ale z dlouhodobého hlediska vyplácí. Cílem majitelů totiž není firmu s co největším ziskem prodat, ale nepřetržitě ji rozvíjet a v budoucnu ji zdravou a nezadluženou předat dalším generacím.



Patří ke strategii Servisbalu sídlit ve svém?



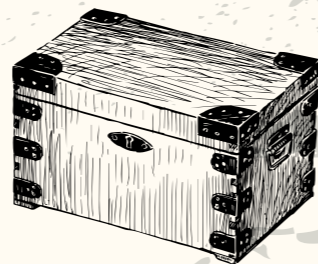
Lukáš J. Horčíčka

Ano, a přináší nám to řadu výhod. Servisbal je finančně zdravá firma, a proto jsme si mohli dovolit postavit administrativní budovu, výrobu i sklady zcela podle našich představ. Dáváme si na tom záležet a projekty vždy konzultujeme s architektem. I průmyslové budovy mohou být funkční a estetické. Obzvláště jsme hrdí na naši kancelářskou budovu, kterou jsme stavěli s vizí moderních způsobů práce. Kombinuje velký otevřený prostor s místy pro soustředěnou činnost a práci týmů. Posledních několik let, kdy se posilovaly trendy jako hybridní schůzky nebo částečné úvazky, jen potvrdilo, jak univerzální a funkční prostor jsme vytvořili. Uprostřed budovy je náměstíčko se vzrostlým stromem, který symbolizuje náš pozitivní vztah k ochraně životního prostředí.



Ladislav Horčíčka

Vedla k tomu ale nelehká cesta. Na své nemovitosti jsme si museli nejprve vydělat. Pomohla nám k tomu paradoxně velká voda, která vyplavila zdejší sklad s elektronikou a majitel neměl již o obnovu zájem. Areál jsme proto koupili a už téměř dvacet let ho zvelebujeme. Dnes je skoro k nepoznání. Kde dřív stála oprýskaná kancelářská budova, kterou zaměstnanci nazývali „hradem“, dnes září naše moderní a atraktivní administrativní zázemí. A místo bývalého zemědělského skladu, tzv. „bramborárny“, se dnes vyjímá velkokapacitní hala na obaly.



Unikátní obaly

„Říkala jsem zelené! Zelené!“ rozčilovala se paní Novotná směrem ke služebné, která se vrátila z koloniálu. Paní Novotná si s nelihostí prohlížela obal sucharů s modrým pruhem. „Připadá ti toto jako zelená barva, Toničko? Chtěla jsem mandlové vanilkové, ne vanilkové oříškové. Víš, že mi oříšky nedělají dobře.“

„Omlouvám se, milostpaní. Nevím, jak se to stalo, spletla jsem se.“

„Určitě ses pustila do klevet s ostatními děvečkami a nedávala jsi pozor,“ trvala na svém paní Novotná. „Hlavně, že to tady na obalu máš přehledně uvedeno, podívej!“ Prstem poklepávala na bok krabičky, kde byly vypsané jednotlivé druhy sucharů a jakou barvu má jejich obal. Nešťastná služebná se chtě nechtě musela vydat zpět do koloniálu pro obal se zeleným pruhem a doufat, že už nebude vyprodán.

Základním posláním jakéhokoliv obalu je uchování produktu v nezměněné kvalitě až do doby jeho vybalení. Kromě ochrany má však obal mnoho dalších funkcí. Jednou z nich je podpora prodeje.

Obal s atraktivním designem je pro zákazníky přitažlivější.

Další důležitou funkcí obalu je informování spotřebitele. Jak je uvedeno v úryvku výše, může být na obalu prezentován i další sortiment daného výrobce.

Dále má pak každý obal usnadňovat skladování a manipulaci produktu.

V neposlední řadě má napomáhat k ochraně životního prostředí.

Správný výrobce obalu se snaží o to, aby byl obal účelný a funkční, přítom kvalitní, jednoduchý a šetrný k přírodě. Skloubit všechno dohromady není vůbec jednoduché.

Zabalíme cokoliv



Náročná obalová zadání Servisbal vyhledává. Zvládnání takových výzev totiž tvoří jednu z jeho hlavních konkurenčních výhod. Zabalit křehký porcelán, citlivé optické přístroje, elektroniku nebo díly přesného strojírenství, to vše jsou úkoly, které firma pravidelně a úspěšně řeší. Samotná konstrukce balení je ale často pouze součástí mnohem širšího obalového problému zákazníka. Příkladem může být potřeba ekologické varianty stávajícího obalu a výpočet úspory CO₂. Součástí zadání může být i specifická manipulace, ať už při balení nebo rozbalování. A v neposlední řadě je třeba vyhovět náročným přepravním nebo klimatickým podmínkám. Jako je každá zakázka jedinečná, tak i Servisbal vždy vytváří obalové řešení vždy přesně ušité na míru konkrétnímu zákazníkovi.

„Zabalíme cokoliv.“ Pouhý slogan, nebo realita?



Ladislav Horčíčka

Za těch 30 let jsme navrhli už tolik obalů, že skutečně máme právo tvrdit „zabalíme cokoliv“. V průběhu času jsme nasbírali i velké množství kuriozit. Třeba to tradované letadlo ultralight, které jsme připravili na cestu až do dalekého Chile. Já jsem ale nejvíce hrdý na obalové inovace, při kterých jsme vymysleli úplně nové typy obalových řešení. Ať už se jedná o patent inovující papírovou fixaci, nebo oborovými cenami ověřené obaly na světlomety. A jsou to také civky z vlnité lepenky. Jejich vývoj je naše know-how včetně technologie pro výrobu v Servisbalu.



Lukáš J. Horčíčka

Pro mě ono „zabalíme cokoliv“ není jen o obalu. Servisbal dnes často už neprodává jen obal, ale službu ochrany produktu. Zní to vlastně stejně, ale je v tom velký rozdíl. Taková služba znamená, že nezajišťujeme dodání jen nějaké krabice, ale jistotu zákazníkům, že zboží dorazí do destinace v pořádku a bez drahých reklamací. Tím to ale nekončí. Součástí služby je know-how ergonomického designu, který bude šetřit náklady při přepravě k zákazníkům, rychle se skládat, snadno se rozkládat a bude snadno recyklovatelný. Samozřejmostí pak je poradenství, jak nastavit balicí proces, aby zbytečně nepožíral čas, skladové místo a lidskou práci. Výsledkem tohoto komplexního přístupu je stanovení správného mixu tak, abychom mohli pro zákazníky přinést na stůl opravdové úspory v nákladech.



Spolehlivě, kvalitně a rychle

Ve skladišti zasilatelství Liznar a Krauser panoval čilý ruch. Regály, od podlahy po strop naplněné látkami a textilním zbožím, bylo potřeba co nejrychleji vyprázdnit. Z Prahy přišla velká objednávka od významného hoteliéra. Jednalo se o nevídanou zakázku. Téměř všechno ložní prádlo, ručníky, pokrývky, ale i záclony či kapesníky. Vše, co bylo skladem, teď mělo mířit do Prahy.

Zatímco jedni položku po položce zapisovali do výdejních knih, jiní na druhém konci haly skladu teprve měřili a stříhali látku.

„Zrychlíme, zrychlíme!“ pobízel vedoucí pracovník své kolegy, dívaje se netrpělivě na kapesní hodinky. „Povoz tu bude každou chvíli a musíme zastihnout poslední vlak. Na nádraží musí být vše už o půl čtvrté!“

Ač zaměstnance tlačil čas, pracovali pečlivě a s rozvahou. Šlo přeci o dobré jméno jejich společnosti, nikdo nechce obdržet zmuchlané nebo křivě střižené látky. Byli přesvědčeni, že objednávku vyřídí ke spokojenosti zákazníka, a tak se také stalo. Již druhý den si hoteliér z Prahy prohlížel látky dovezené z Dobrušky a pochvaloval si, jak jsou kvalitní a jak rychle byly doručeny.

Od počátku 20. století se toho samozřejmě hodně změnilo. Moderní infrastruktura, vyspělé technologie, počítačově řízené systémy, to vše firmám pomáhá s vyřizováním objednávek. S nástupem moderních počítačů zaznamenaly velký rozmach internetové obchody.

Nezměnilo se jedině: bez spolehlivých a poctivých zaměstnanců se žádný dobrý podnik neobejde.



Eobaly.cz

Obaly lusknutím prstu

Jedno z nejlepších rozhodnutí v historii Servisbalu bylo založení internetového obchodu s obaly. Psal se rok 2003 a ještě vůbec nebylo jasné, jestli má prodej obalů po internetu nějakou budoucnost. Jak se ale říká: „odvážnému štěstí přeje.“ Tato investice se jednoznačně vyplatila. Dnes Eobaly aspirují na pozici jedničky mezi obalovými e-shopy v ČR.

Proč se Servisbal rozhodl vstoupit do bouřlivých vod e-commerce?



Lukáš J. Horčíčka

I když v době založení e-shopu nebylo zjevné, jak obří roli bude hrát internet v našich životech, esence budoucího úspěchu tam byla cítit. V roce 2003 byly e-shopy v plenkách, od té doby ale celá e-commerce neustále roste a Eobaly s ní. I dnes se stále snažíme zkoumat nové trendy a hledat v nich budoucí potenciál. Umělá inteligence, metaverse, nebo to bude něco jiného? Nevím, ale určitě to tam někde je a Servisbal to poctivě hledá.



Ladislav Horčíčka

Při vzniku e-shopu jsme si rozdělili Servisbal na modrou a zelenou oblast. Zakázková část, ta náročnější na práci a konstrukční řešení, zůstala zelená. Nově vzniklý e-shop dostal modrou barvu, pod kterou spadaly hlavně jednoduché obaly, např. klasické klopové krabice. U nich jsou nejdůležitější služby, jako je rychlé doručení a skladová dostupnost. Modrou barvu dnes už nepoužíváme, ale tohoto rozdělení se držíme dodnes.



Odměna za kvalitu

V pracovně pana Archleba stála krásně zdobená vitrina, za jejímž sklem bylo vystaveno plato s mnoha medailemi.

„To všechno jsou ocenění, která získaly produkty z likérky La Ferme,“ vysvětloval osobní sekretář pana Archleba skupince návštěvníků, kteří si nespočet významných v podobě ražených a zdobených plíšků prohlíželi.

„Jak můžete vidět, jsou zde ceny z výstav jak ze zemí českých, tak i ze zahraničí,“ pokračoval sekretář hrdě. „Zejména jsme pyšní na tuto z Paříže,“ poukázal na jednu z těch větších.

„Likéry z Dobrušky jsou zkrátka proslulé po celém světě. Jak chutě jemné, osvěžující, tak chutě plnější a drsnější. Nápoje čiré, barevné, bylinné, ovocné, všechny oblíbené! Však nejen chuť a barva, ale i originální tvary lahví či umělecky vyhotovené etikety, i za to máme mnohá ocenění,“ vychvaloval asistent likéry, jako

by je chtěl přítomným rovnou prodat, a nutno podotknout, že jeden z pánů se začal při pomýšlení na lahodný mok olizovat.

„Avšak takové medaile nerostou na stromě. Je to odměna za úsilí, kvalitu a spolehlivost,“ uzavřel své povídání pan sekretář.

Soutěže a výstavy představují skvělý způsob, jak prověřit kvalitu výrobku. Možnost porovnání produktu s konkurencí, hodnocení a názory nezávislých jedinců, širší veřejnosti nebo relevantních organizací, to vše pomáhá posouvat práci směrem vpřed v mnoha ohledech. A pokud je výsledek korunován získáním ocenění, je to důkaz, že se dílo opravdu daří.



9x →



Ocenění

Servisbal si zakládá na perfektním zákaznickém servisu a pro své zákazníky se snaží být vždy tou nejlepší volbou. A jedním z důkazů, že mezi nejlepší opravdu patříme, jsou oborová a firemní ocenění, která jsme v průběhu historie obdrželi a která dosvědčují naše „mistrovství“. Za třicetiletou historii naší společnosti jsme jich získali velké množství, včetně velmi prestižních, jako jsou např. „obalový Oskar“ Worldstar for Packaging (9x), cenu Czech Best Managed Companies (3x) a ocenění Firma roku 2008.

Co pro vás znamenají úspěchy Servisbalu v rozličných soutěžích?



Ladislav Horčíčka

Výhry v soutěžích nám dělají radost, protože jsou sladkou třešničkou na dortu naší práce. Rádi řešíme náročná obalová zadání, a to nám jistě poskytuje výhodu v oborových soutěžích. Odborná porota obvykle dokáže ocenit sofistikovaná řešení s různými zlepšováky. Velmi úspěšní jsme v českých Obalech roku, i ve světových Worldstar. Velké překvapení způsobila naše první „světová hvězda“, kterou jsme získali jako ještě téměř neznámá firma v konkurenci velkých mezinárodních korporátů.



Lukáš J. Horčíčka

V poslední době byl, kromě cen Worldstar, největším úspěchem získání ocenění Czech Best Managed Companies. Jedná se o projekt, který celosvětově oceňuje nejlépe řízené soukromé firmy. Ocitli jsme se tak ve vybrané společnosti úspěšných firem, jako jsou Packeta, Alza.cz nebo Meopta. Porota ocenila kvalitu našeho strategického plánování. Hodnocena byla samozřejmě i produktivita, inovace, úroveň řízení a firemní kultury a nemalý vliv měla finanční výkonnost našeho podniku. To, že Servisbal při vyhodnocování všech zmíněných kritérií obstál, je pro nás velkou poctou a potěšením. Znamená to, že veškeré vynaložené úsilí dává smysl jak nám, tak i externím hodnotitelům. Ocenění BMC vnímám jako svého druhu pečeť kvality. Věřím, že nejen já.



Společné fotografování

„Vyčistila jsem tu skvrnu z tvého obleku, Jozífků!“ oznámila choť pana Josefa svému muži a s úsměvem na rtech mu předávala čisté a nažehlené sako.

„Děkuji, má milá ženo, jsi úžasná!“

„Nech být. Moc dobře vím, že vás dnes ve výrobně čeká velký den. Pan Kosař pozval fotografa. Přeci se nenecháš zvětšit ve špi-navém obleku. Mluvila jsem se ženskými z kartonážky. Všechny si nechaly vybělit zástěry, představ si to.“

„Bodejť by ne, nechtějí dělat ostudu. Ani já nám nechci dělat ostudu,“ usmál se pan Josef.

„Myslíš nám, jako manželům, nebo nám, jako zaměstnancům?“

„Nám všem! Vážím si tebe a vážím si pana zaměstnavatele. Naše parostrojní výrobní kartonážky si získává věhlas. A to i díky lidem, kteří jsou zodpovědní, spolehliví a dbají na dobré chování.“

„A takový jistě jsi, můj drahý. Tak se běž připravit, ať nepřiđeš na vaše první společné fotografování pozdě. A nezapomeň. Nehýbat se a tvářit se důstojně. Žádné úsměvy, ať to na fotografii pěkně vypadá!“

Dobrou náladu napomáhají budovat i zdánlivé maličkosti, jako například společné fotografování.

Spoustu firem pro své zaměstnance pořádá také volnočasové aktivity. Různé teambuildingy, firemní večírky nebo vzdělávací akce jsou vždy vítaným benefitem.

Naši zaměstnanci



„Všechny obchodní transakce se dají zredukovat na tři slova: lidé, zboží, zisk. První jsou lidé. Pokud nemáte dobrý tým, je Vám to ostatní k ničemu.“

Lee Iacocca, Chrysler

Budování a rozvíjení týmu spokojených zaměstnanců je nekončící práce. Každý člověk je jedinečný, disponuje různými schopnostmi i nastavením svého hodnotového žebříčku. Co však ocení všichni, je slušnost. Korektní a poctivé vztahy se zaměstnanci jsou pro Servisbal základem kamenem firemní kultury.

Jaká panuje v Servisbalu personální firemní kultura?



Lukáš J. Horčíčka

Jak odpovědět na tuto otázku, abychom se vyhnuli obvyklým korporátním klišé?

Svých zaměstnanců si vážíme a s každým se snažíme o korektní vztahy. Do lidí neváháme investovat. Jazykové kurzy, školení manažerských dovedností i „soft skills“ pro řadové zaměstnance, to vše je v Servisbalu běžně dostupné a hojně využívané. Moderní prostory pro práci slouží i k reprezentaci, ale hlavně k tomu, aby se zaměstnanci v Servisbalu cítili příjemně. Do lidí prostě neváháme investovat.

A jsme ochotni i přijímat kritiku. Ve firmě funguje Rada zaměstnanců, kde zástupci z každého oddělení přicházejí s připomínkami a návrhy, jak zlepšovat podmínky, které na pracovišti panují. Pravidelně zveřejňujeme ekonomické výsledky firmy, každý kolega si může zjistit, jak se právě firmě daří, a to prostřednictvím firemního časopisu Servisbalíček, kde kromě výsledků zveřejňujeme vážné i nevážené novinky, které ovlivňují chod naší společnosti.



Ladislav Horčíčka

Rád se procházím po firmě a setkávám se s lidmi. Teď, když vedení převzal Lukáš, mám na to víc času. Je příjemné prohodit pár slov s kolegy, se kterými spolupracuji již od začátků, tedy téměř 30 let. Ale poznávám taky rád nové spolupracovníky, a že jich v Servisbalu je. Naše společnost roste, nyní v roce 2023 má již přes 130 zaměstnanců.



Spojení se světem

„Opravdu ambiciózní projekt,“ prohlásil architekt, který si ve své pracovně právě vyslechl nápad pana Archleba zorganizovat výstavu hospodářských strojů a mnohých jiných užitečných předmětů vyráběných v regionu. „Chcete tedy, abych vypracoval návrh výstavního pavilonu?“

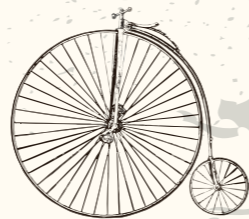
„Je to tak!“ potvrdil pan starosta a neskrýval nadšení. „Považte, lidé z celého kraje se dostaví, aby zhlédli výtvarky dnešních časů. V Dobrušce máme spoustu šikovných řemeslníků a výrobců, kteří se rádi pochlubí svým umem. Ba co víc, rád bych pozval rozličné spolky zahraniční, aby se též přijely k nám podívat. Již mám potvrzeno, že lidé z Francie a Švédska by o takovou výstavu měli zájem. Pozvání zašleme též za oceán, do Ameriky. Spojení s okolím je důležité, ale bez vazeb na zahraničí opravdový vzhlas nezískáme. Otevřou se nám dosud nevidané možnosti k navázání obchodních kontaktů. Celý náš region se proslaví!“

V letech 1889 a 1892 se v Dobrušce konaly hospodářské a průmyslové výstavy s cílem prezentovat regionální výrobce a jejich zboží. Kromě zemědělských strojů a nářadí byly vystavovány plodiny, zvířata, výrobky z kovu a skla, textil, ale třeba také nábytek.

Model Eiffelovy věže, který se objevil na druhé z výstav, nenechal nikoho na pochybách, že se organizátoři inspirovali světově proslulou pařížskou výstavou probíhající v témže období.

Expozice měly velký úspěch a významně přispěly k rozvoji průmyslu a obchodu v kraji pod Orlickými horami.

Pořádání výstav a veletrhů bylo a stále je chápáno obchodníky jako skvělá příležitost k prezentaci před širší veřejností a k navázání nových obchodních kontaktů v regionu i v zahraničí.



„Nic není stálé, s výjimkou změny.“
Hérakleitos, filozof

Servisbal „světový“

Každá firma musí reagovat na vývoj okolního světa, přizpůsobovat se a proměňovat se. A proto musíme mít širší rozhled a dívat se dále než za humna našeho krásného, ale trochu ospalého kraje pod Orlickými horami.

Servisbal dnes prostřednictvím e-shopu obslouží do 24 hodin zákazníky z České republiky, do 48 hodin na Slovensku a díky evropským partnerům do několika dnů i zákazníky po celém kontinentu.

Je Servisbal spíše lokální firmou, nebo má širší dosah?



Lukáš J. Horčíčka

Určitě jsme dnes firmou s celoevropskou působností. A jako subdodavatelé máme celosvětový dosah. Cívky pro balení rozvodů do aut, přepravní i prodejní obaly na puškohledy, to jsou dva příklady obalů, které se podílí na globálním logistickém toku zboží. A naše stěhovací krabice se už díky české vědecké stanici podívala i na Antarktidu.



Ladislav Horčíčka

Hodně těžíme z naší spolupráce v rámci asociace PackSynergy. Tato vzájemně provázaná „síť“ spojuje obaláře z celé Evropy. Partnerské firmy jsou nám hodně podobné, jedná se většinou o rodinné podniky střední velikosti, kterým záleží na kvalitě odvedené práce a kontinuálním rozvoji. Společně máme silnější vyjednávací pozici vůči velkým dodavatelům materiálů (např. papírům), sdílíme své know-how a spolupracujeme na vývoji. Přihlásit se do asociace, a je to už 18 let, považuji za jedno ze svých nejlepších rozhodnutí. Byli jsme tam tehdy jediná firma z „východu“ a partneři k nám byli nejprve trochu nedůvěřiví. Brzy jsme je ale přesvědčili o svých kvalitách.



Znečištěné ulice

Pán silnější postavy pospíchal úzkou ulicí. Přidržel si rukou buřinku na hlavě, aby mu v tom spěchu nespadla. „To snad ne!“ vykřikl najednou tak nahlas, až to zarazilo ostatní kolemjdoucí, kteří hned k němu přispěchali. „Lidi zlatý, podívejte,“ lamentoval muž a ukazoval podrážku svých dokonale vyčištěných lakýrek. „To nemohl někdo odklidit?“ rozčiloval se. Myslel tím kravinec, do kterého právě šlapl.

„Vážený, to musíte koukat, kam šlapete!“ odpověděla mu tak trochu škodolibě dáma, která situaci sledovala.

„Obzvlášť dnes,“ podpořil ji další z přihlížejících. „Na náměstí je dobytčí trh, víte? Buďte rád, že neprší, to byste byl od bláta až po kolena.“

„Vím, že je trh!“ reagoval rozhořčeně nešťastník, kterému poznámky kolemjdoucích vůbec nepomáhaly. Snažil se botu očistit o kámen, ležící u jeho nohou.

„Všude splašky, koňské koblíhy a kravince! Už by s tím mohl někdo něco udělat. To nikomu nevadí ten zápach?“

„To je vůně přírody, pane,“ opáčila opět dáma. „To mně spíše vadí puch z těch příšerných motorových vozů.“ Jen to dořekla, projel ulicí automobil a hlouček lidí si mohl připomenout zápach spalovacího motoru v provozu.

Vidíte? No vidíte?“ ukazovala na odjíždějící vůz, novinku té doby, a předstírala zakašláni.

Muž, kterému se podařilo jakžtakž odstranit nežádoucí materiál z podrážky, oponoval: „Tohle je budoucnost, paní. Brzy budou ulicemi jezdit jen motorová vozidla a koňské povozy, kravky a oslové budou minulostí, uvidíte!“

V dřívějších časech lidé řešili trochu jiný druh znečištění než my dnes. Z továrních komínů chrlících mračna zplodin si těžkou hlavu příliš nedělali.

S rozvojem průmyslu a nárůstem počtu obyvatel se začal dopad lidské činnosti na životní prostředí řešit stále více a více. Například se kladl důraz na budování kanalizačních sítí nebo se dávaly do souvislosti respirační problémy se spaliny z továrních komínů.

Dnes je společností kladen obrovský důraz na udržitelný způsob života. Firmy se zapojují do globálních environmentálních programů a důležitá je také podpora regionálních projektů na ochranu životního prostředí. Stylem „po nás potopa“ zkrátka žít nelze.

Ekologii máme v genech

„Jednej lokálně, myslí globálně.“
Jacques Ellul, filozof

Starost o životní prostředí má Servisbal ve vínku už od svého založení před 30 lety. Dokazuje to koneckonců pěkná řada ekologických projektů, které firma úspěšně dotáhla do konce. Mezi ty nejdůležitější patří zpracovávání kartonového odpadu na fixační materiál Kartofix a rozvoj projektu Rotobal, který v Česku položil základy trhu s použitými krabicemi.

Obaly a ekologie. Jde to dohromady?



Ladislav Horčíčka

Jde, pokud vsadíte na vlnitou lepenku. Jedná se o úžasně tvárný materiál, se kterým se dá skvěle pracovat. Je lehká, zároveň však při správném použití i dostatečně pevná. Je to materiál, se kterým se jednoduše manipuluje, je zdravotně nezávadný a konstrukční možnosti jsou téměř neomezené. A z pohledu životního prostředí to nejdůležitější: je 100% recyklovatelná, pochází z obnovitelných zdrojů a v přírodě se beze zbytku rozkládá.



Lukáš J. Horčíčka

Naše firma má téma ochrany životního prostředí pevně zakotveno ve své dlouhodobé strategii. Velkým zdrojem inspirace v této oblasti je pro nás členství v evropské obalové asociaci PackSynergy. Zejména na západě má toto téma opravdu jinou váhu. I díky tomu jsme se rozhodli měřit naši uhlíkovou stopu, postupně ji snižovat a vyrovnávat, abychom dosáhli kýženého cíle CO₂ neutrální firmy.

Klimatická změna je skutečností. Na každém z nás ale záleží, jak velká bude a jakým způsobem bude ovlivňovat naše životy. Svět, ve kterém žijeme, nám není lhostejný, a tak se snažíme podporovat takové projekty, které umožní zachovat jej i pro další generaci. Podporujeme proto iniciativy, které mají ambici snížit světové emise skleníkových plynů, ale i lokální projekty, které pomůžou zachovat krásy Podorlicka.



Není reklama jako reklama



Píše se rok 1891 a malíř František Kupka právě dokončuje malbu reklamního panelu pro likérku svého mecenáše Josefa Archleba. Podnik La Ferme vyrábí výtečné likéry a jejich prodej má být podpořen právě tímto dílem, svým stylem navazujícím na staré barokní mistry.

Pan Archleb si obraz prohlíží se zaujetím. Je si vědom, že kvalitní reklama je pro úspěšné podnikání nezbytná. Představení produktů v novinách, letáčích, reklamních panelech jako je tento od Kupky. Ale nejen to, i výroba reklamních předmětů, jako například skleněných pohárů na likéry. To vše pomáhá získávat povědomí o značce. Neméně důležité je i představování produktů na výstavách a veletrzích, kde lidé mají možnost jeho likéry ochutnat, seznámit se s vůní a barvou, osahat si nádherné lahve, do kterých jsou likéry plněny. „Dobrá práce, mistře,“ prohlásí pan Archleb uznale směrem k malíři a těší se, až uvidí dílo vystavené na jednom z veletrhů.



Obr.: reklamní panel, autor František Kupka, 1891

Důležitost správné propagace si obchodníci uvědomovali od dob, kdy vznikl obchod. Od starověku, kdy se trhovci na tržištích překřikovali vychvalováním svého zboží, po všelijaké veletrhy a výstavy, na kterých bylo představováno zboží, až po současné moderní reklamy v televizi a na internetu.

Firmy dnes mají celá oddělení, zabývající se marketingem a reklamou.

Marketing je komplexní záležitostí a řídí se komplikovanými pravidly. V době, kdy na každého člověka cílí přibližně až 3000 reklamních sdělení denně (některé studie uvádí dokonce až 10 000), není nic snadného vymýšlet stále nové a nové způsoby, jak produkt představit a nabídnout zákazníkovi, aniž by to pro něj bylo obtěžující.



Jak zajímavě propagovat přepravní obaly? Nejlepší je, když si obal můžou zákazníci osahat a sami vyzkoušet jeho kvalitu. Proto si každoročně dáváme záležet na přípravě vánočního dárku, který udělá radost nejen svým obsahem, ale i zajímavým obalem. Naši stálí zákazníci se už na dárek každoročně těší a nám dělá radost vymýšlet nová a nová kreativní řešení.

Jakou má Servisbal strategii v oblasti reklamy a komunikace?



Lukáš J. Horčíčka

V online prostředí rozhoduje výkonnostní marketing, jehož úspěšnost lze posoudit zejména podle toho, jak „vysoko“ se objevíme ve Vašem vyhledávači. Ať už online nebo offline marketing, důležitý je obsah, který se dostává k zákazníkům. Naši komunikaci máme postavenou na otevřenosti a férovosti. Zákazníky tak informujeme o skutečném dění ve firmě, a to i za cenu, že to zrovna nejsou dobré zprávy. I proto jsme třeba v době covidu komunikovali prodlužující se termíny nebo zpoždění výroby. Jsem ale přesvědčen, že tato férovost se nám vrátí v podobě věrnosti zákazníků.

Výstavy, veletrhy, komunikace a reklama



Ladislav Horčíčka

Tištěná propagace dle mého názoru rozhodně žije. Důkazem je i tato brožura. Jsem rád, pokud mají firemní materiály i nějakou přidanou hodnotu, například když se zákazníci dozví zajímavosti o historii podnikání v Dobrušce. Rádi jsme navštěvovali veletrhy, ty české však trpí nedostatkem zájmu veřejnosti, proto dnes vystavujeme hlavně v rámci asociace PackSynergy na Fachpacku v Německu.



Nová epocha přichází

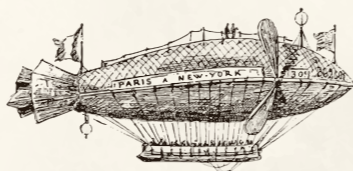
Mladý manželský pár si vyšel na procházku městem. Dáma v dlouhých šatech s mašlemi a honosným kloboukem, pán v obleku, s vycházkovou holí a bužinkou, si spokojeně vykračovali po dobrušském náměstí. Sem tam kolem nich projel koňský povoz, v dálce slyšeli, jak se někdo marně snaží nastartovat motorové kolo, ale jinak byl na náměstí klid. Pár se zastavil u dřevěné trafiky. Dnes byla zavřená, ale za skleněnou tabulku prodejního okénka byla vystavena pohlednice, která je zaujala.

„Podívej, drahá,“ ukázal na ni muž. „Takhle to tu bude za pár let vypadat!“ Paní si pohlednici prohlédla blíže. Výjev ji pobavil. Neuměla si představit, že by nad jejich hlavami poletovalo množství létajících strojů. Nebo že by cestovali v kabinách, zavěšených na laněch nad jejich domy. Ale kdo ví, možná to jednou opravdu tak bude, vždyť už dnes je množství strojů a zařízení, o kterých si ještě před pár lety mohla nechat jenom zdát.

„O železniční dráze z Dobrušky do Opočna se už hovoří, myslím, že bude vbrzku. A ostatní přijde záhy, uvidíš!“ pokračoval nadšeně muž.

„Můj milý, moc čteš knihy pana Verna. Zůstaň raději nohama při zemi,“ oponovala jeho choť. „Vždyť jak by to vypadalo, takový ruch. A toho zápachu ze všech těch motorových vozidel. Ty bys chtěl žít v takovém světě?“

Snad v každé etapě lidského bytí lidé snili o tom, jaké to na světě bude v budoucnu. Vycházeli ze znalostí a poznatků nabytých v průběhu času a aplikovali je na potřeby dané doby. Zároveň si o budoucnosti vytvářeli mnohdy romantické a naivní představy. Mnoho takových představ se nenaplnilo, ale velká část se stala skutečností a dnes již samozřejmostí. Letadla, automobily, automatizovaná pracoviště obsluhovaná roboty. Jak se říká, pokrok se nedá zastavit. Nové nápady, technologie a vize vznikají díky lidem, kteří nezůstávají nohama při zemi, kterým nevadí změny a kteří si přejí žít v lepším světě.



Vize do budoucnosti

Servisbal a jeho název vyjadřují jasnou vizi již od začátku. Poskytovat excelentní servis pro balení. Vtiskli mu ji do vinku zakladatelé, manželé Horčíčkovi, před 30 lety. Vyjadřuje odhodlání poskytovat zákazníkům co nejlepší a komplexní služby pro balení produktů. Od doby vzniku se toho hodně ve firmě i v okolním světě změnilo, ale vize společnosti je kompasem, kam se ubírat dál a jak si při tom počínat.

Jaká je vaše vize Servisbalu v budoucnosti?



Ladislav Horčíčka

Když jsme zakládali Servisbal, měli jsme jasno v tom, že naším cílem není být největší, ale nejlepší. Stále věřím v um „zlatých českých ručiček“, které se prosazují proti hrubé síle hlavně zahraničního kapitálu. Dnes už Servisbal hodně vyrostl a patří

v České republice k větším hráčům. Pořád však platí, že zákazníkům poskytujeme řešení na míru, které vyhovuje potřebám každého jednotlivého zákazníka. A od toho se i odvíjí moje představa do budoucnosti - sebevědomá a zdravá firma, která dokáže excelentně obsloužit zákazníky a najít obalové řešení pro jejich různorodé požadavky.



Lukáš J. Horčíčka

Plánů do budoucna máme mnoho, koneckonců naši strategii vždy věnujeme patřičný význam. Cílem je zapojit do ní co nejvíce kolegů. Náš e-shop Eobaly aspiruje na pozici jedničky mezi obalovými internetovými obchody v ČR i SR. Dále pokračujeme v budování firmy, která bude přínosem nejen pro majitele a zaměstnance, ale také pro své okolí. Proto klademe důraz na ekologické balení a kultivujeme trh v této oblasti. Do výroby a logistiky zavádíme prvky automatizace a snažíme se o maximální zjednodušení života zákazníků i kolegů a odbourávání rutinní práce.

Milníky Dobrušky

- 1320** – nejstarší písemná zmínka o Dobrušce
- 1769** – narození Františka Vladislava Heka, skladatele, spisovatele, publicisty a národního buditele
- 1806** – velký požár Dobrušky, po němž muselo být město z velké části přestavěno
- 1843** – narození dr. Josefa Archleba, který se významnou měrou podílel na vzestupu města
- 1866** – druhý velký požár, který zničil téměř celé město
- 1877** – založení závodu na výrobu likérů La Ferme
- 1889** – první hospodářská a průmyslová výstava
- 1892** – druhá hospodářská a průmyslová výstava
- 1896** – založení továrny na výrobu stuh
- 1908** – založení továrny na výrobu kartonáže Josefem Kosařem, napojení Dobrušky na železnici
- 1918** – 5. října proběhl tzv. nepravý dobrušský převrat, kdy se předčasně oslavoval rozpad Rakouska-Uherska
- 1922** - založení tkalcovny a zasilatelství Josefem Hartvichem
- 1926** – návštěva města prezidentem T.G. Masarykem
- 1971**- premiéra seriálu F.L.Věk, natočeného podle románu A.Jiráska

Milníky Servisbalu

- 1993** **Založení Servisbalu**
Založení společnosti s jasnou vizí. Od počátku vyrábí papírové obaly jako ekologičtější variantu k plastům.
- 1995** **Zahájena spolupráce s firmou Ranpak**
Systémy FillPak a PadPak – výplně do krabic z papíru, ekologické řešení, výplně i krabice tvoří jednodruhový obal.
- 1999** **Materiál a stroj Kartofix**
Na český trh zavádíme systém pro výrobu obalových výplní z již nepotřebných kartonů.
- 2002** **Ocenění Worldstar for Packaging**
Ekologické obaly z vlnité lepenky na světové úrovni.
- 2004** **Spouštíme první internetový obchod s obaly v ČR**
Základem sortimentu e-shopu jsou obaly z vlnité lepenky – klopové krabice, zásilkové obálky, Kartofix a další.
- 2008** **Vznik projektu Rotobal, e-shopu s použitými krabicemi**
Druhý život krabice. Projekt, který vrací do oběhu použité nebo již nepotřebné krabice.
- 2009** **Prodej patentu do USA**
Inovovali jsme výplňový materiál do krabice. Patent zakoupila společnost Ranpak.
- 2011** **Výroba unikátních cívek z vlnité lepenky a papíru**
Začátek výroby papírových cívek, které nahrazují původní, vyrobené z plastu. Papírové cívky se dají velmi snadno recyklovat.
- 2013** **Obaly na světlomety z vlnité lepenky**
Vyrábíme mnoho variant obalů na světlomety, všechny z vlnité lepenky. Za toto řešení jsme získali další ocenění Worldstar.
- 2016** **Začínáme na trh dodávat Speedboxy**
Ekologické zásilkové krabice, které umožňují zpětné odeslání zboží – opětovné využití obalu.
- 2019** **Vývoj krabice EKOBIX, definice a nabídka ekologických obalů na e-shopu**
EKOBIX získal ocenění Obal roku 2020. Na e-shopu nabízíme ekologickou variantu obalů.
- 2020** **Známe svoji uhlíkovou stopu**
Výpočet uhlíkové stopy Servisbalu díky metodice od asociace PackSynergy.
- 2022** **Jsmo uhlíkově neutrální firmou**
Servisbal kompenzuje svoji uhlíkovou stopu dle metodiky ClimatePartner.
- 2023** **Dvojnásobná výhra v soutěži Worldstar**
Ekologický obal na nabíječky a transportní obal pro skleněné dveře mrazicích boxů.



