

Több mint egy kiállítás

A NYOMDAIPAR LEGFONTOSABB KIÁLLÍTÁSA NEM CSUPÁN AZ ÚJDONSÁGOKRÓL SZÓL. DE MI MINDENRŐL MÉG?

Németh László

A nyomdaipar és a vele kapcsolódó csomagolóipar jellemzően lokális és szolgáltatás jellegű gyártói tevékenység, amit a vevői oldalon talán nem befolyásolnak közvetlenül a drupán látott trendek, de valójában minden termelőberendezéssel kapcsolatos jövőbeni beruházásunk, gépbeszerzésünk nagyon is érintett a gépgyártókra ható változásokon keresztül.

A világ legjelentősebb nyomdaipari kiállítása a drupa, ahol nyolc év után végre újra Düsseldorfban találkozhatott a szakma. Tizenhét hatalmas csarnokban bolyongva kereshettük az újdonságokat és próbáltuk felismerni a trendeket. Átlagosan napi 16 000 lépés is kevés volt, hogy a teljes repertoárt megismerhessük. Három fő trend azonban könnyen felismerhető volt már azelőtt is, hogy teljesen kikészítettük a lábainkat.

Az első tény, hogy érezhetően kevesebb kiállító volt jelen és a látogatók száma is alacsonyabb volt. Talán nem meglepő, hogy az elmúlt nyolc év nyomott hagyott a nyomdaiparban is. A világjárvánnyal, gazdasági válsággal és háborús konfliktusokkal tűzdelt időszak okozott némi visszaesést. (Bár én, bevallom, látogatószám-növekedésre számítottam, ezért engem ez meglepett.) Normál esetben azt gondolná az ember, legyintve, hogy ez normális is lehet és kell pár esztendő míg újra felfut az érdeklődés, és természetes velejárója az eseményeknek a látogatószám csökkenése, de cégvezetőkkel és kereskedőkkel beszélgetve észre kell vennünk, hogy itt nem a „visszapattanásról” kell beszélgetnünk, hanem valójában az történik, hogy gyors ütemben változik a világ és már sosem lesz ugyanolyan, mint volt. A cégek és az emberek gondolkodása már nem ugyanaz, mint korábban.

A Covid előtt az üzleti életben szinte természetes volt, hogy a kereskedők és cégvezetők személyes kapcsolattartásra esküdtek. Azonnal beültek a kocsiba, vagy felültek a repülőre, gyakran látogatták az ügyfeleket. Ma már online történnek



a megbeszélések, és tényleg csak akkor utaznak az emberek, ha okvetlenül szükséges. Az „első randi” az üzleti életben is egyre inkább online történik, sokan egyre több webes megoldással igyekeznek az ügyfeleik kezét fogni, és a saját szolgáltatásaikat olykor virtuálisan igyekeznek bemutatni. Ez nem is mindig nyilvánosan történik, gyakran testre szabottan a háttérben, gyönyörű kifejezéssel elve ügyfélspecifikusan. Aki ügyesebb (hatékonyabb) az online megoldásokban, az versenyelőnyhöz jut általuk. A személyes kapcsolat nélkülözhetetlen, de mellette digitális értelemben is kaphat egy ügyfél kiemelkedő minőségű VIP-kiszolgálást.

A második tény annak tűnhetett fel, aki már járt korábbi drupákon is. A legnagyobb szereplőket egyfajta ésszerűsítés és visszafogottág jellemezte. A régi nagy cégek standjai továbbra is hatalmasak voltak, de pazar megjelenésük mellett érződött a marketingköltségek racionalizálása és számos nagy gyártó kevesebb géppel jelent meg, pontosabban nem a teljes kínálatlall. A kisebb és közepes cégeknél volt észrevehető, hogy nem mindenki volt jelen. Az idei drupa talán még a kiválás és puhatólódzás időszaka, de az is lehet, hogy egy lefelé irányuló trend kezdete?

A harmadik és legszembetűnőbb változás az az ázsiai gyártók és cégek hatalmas aránya. Nehéz alábecsülni, hogy milyen mértékben válto-

zott mindez, így azt ki merem jelenteni, hogy minden harmadik-negyedik stand ázsiai cégé volt. Ekkora téynyérésre nem számítottam. Kevés olyan régi ismeretgyártó van, akinek ne lenne most már új kínai megfelelője. Azt, hogy mennyire optimális alternatíva egy kínai gép egy európai, vagy amerikai termékkel, vagy akár hazai gyártásával szemben, egyre nehezebben megítélhető. Tény, hogy még mindig alacsonyabb ár jellemzi az ázsiai gyártókat, de a teljesítményben már nincs lemaradás, legalábbis a prospektusok és az élő bemutatókon látottak alapján. Ugyanakkor nem a teljesítmény szokott a leginkább döntő tényező lenni a beruházástervezéskor. Sokkal inkább a megbízhatóság, támogatás és a megtérülés összességében dönti el, hogy kibeen bízunk meg. Mindenkitől, akitől tehettem, megkérdeztem, hogy adott-e már el gépet Európában és talán már nem meglepő módon szinte mindennütt igennel válaszoltak. Erre érdemes odafigyelni. Amikor arra kíváncsi az ember, hogy milyen támogatás jár a gépekhez, akkor vegyes válaszok érkeztek, és nagyon sokan a távszervizes és távfelügyeleti megoldásokat emelték ki. Tényként kijelenthető, hogy félelmetes sebességgel fejlődnek egyes cégek Kínában, és ezt be kell látni. Személyes érdeklődésemből fakadóan erős figyelmet fordítottam a nyomdaipari gépek (látható) minőségére és a szoftverekre. A gépek minősége (minőségérzete) kétségtelenül rohamosan fejlődik, de a szoftverek lemaradásban vannak. Egyre gyakrabban felmerül az a kérdés, hogy egy új gépet hogyan lehet az adott cég létező termelési vagy vállalatirányítási rendszeréhez illeszteni? Ezekre még nem kapunk megnyugtató válaszokat a kínai gyártóktól. A kezelőfelületek is több évnvi lemaradásban vannak. Pontosabban európai szemmel lemaradásnak érzékelhetjük, de



ennek egyébként valós oka van. Ázsiában másként gondolkodnak a termelésről. A szoftveres lemaradásuk fő oka, hogy a nyugati gépgyártók régóta sokkal nagyobb hangsúlyt fektetnek a felhasználókra fókuszálva, tehát magára az emberre. Nálunk sokkal inkább a hétköznapi verseny része a jobb felhasználói élményre és a jobb munkakörnyezetre való törekvés. Éppen ezért általánosságban alaposabban átgondolt, áttekinthetőbb és kényelmesebben használható szoftvereket láthattunk nyugati és európai gépeken.

A trendeken túl miről szól még a drupa? Aki kimarad az lemarad?

Kétségtelenül fontos nemcsak a látogatóknak, hanem maguknak a kiállítóknak is felmérni a konkurenciát, és találkozni egymással. Ezen túl a látogatók jelentős része szakmabeli volt, aki stand nélkül ugyan, de szintén mindig szeretne eladni valamit. A látogatók között jómagam is igyekeztem mindenki meglátogatni és kapcsolatokat építeni, „jelen lenni” és pontosan ez az, ami felbecsülhetetlen érték. *Már az előző drupán is felismertem, hogy a drupa a magyar nyomdaiparnak is a legnagyobb találkozója.*

Aki fiatal és olvassa ezt a cikket, jó szívvel állíthatom, hogyha van rá lehetősége, jöjjön el legközelebb nyüzsgögni, mert a magyar nyomdaipar vezetőivel találkozhat a drupán és ilyenkor szinte mindenki jelen van, aki számít. A PNYME jóvoltából valóban kézfogásnyi távolságra kerülhet egy kezdő fiatal is a hazai nyomdaipar legjelentősebb vezetőihez. Beszélgethet egy kávé mellett velük a trendekről. Aki már karrierje elején is képes a sorok között is olvasni, az megértheti, hogy egy ilyen lehetőségnek mekkora jelentősége van a szakmai hálózatépítésben, mely nélkül ritkán van siker.





Mit látunk még? Látjuk a digitális gépek fejlődését, egyre nagyobb sebességet érnek el, egyre jobb minőség mellett, és a keskenypályás nyomtatásban már nagyon komoly a technológia térnyerése, ugyanakkor a szélespályán még a 150 m/perc is csak ígélet.

A hagyományos technológiájú nyomdagépgyártók, akik digitális gépeket is fejlesztenek szélespályán, még mindig csak ígérik a nagy sebességet, de valójában köztes lépcsőként hibridgépeket láthattunk. Úgy néz ki, részben ez fogja uralni a következő évek fejlesztéseit a „nagyoknál”. Ezek flexó nyomógépek (olykor ofszet) és digitális gépek keverékei, korlátozott 150 m/perc alatti pályasebesség ígéréssel. Ugyanakkor a magas ár és a nehezen kalkulálható megtérülés nem gyorsítja a terjedésüket, nem beszélve a speciális festékekről, melyeket az új technológiák igényelnek.

Arra is érdemes figyelni, hogy mit nem látunk a drupán? Nem láttunk az igazán jelentős profitra váltható gyakorlati megoldást, ami kihasználná a digitális gépek nagy előnyét, vagyis a változó tartalom nyomtatás lehetőségét. Talán itt lenne az ideje az AI segítségével változó tartalmakat generálni a digitális gépekre... talán ez hozza majd el a digitális gépek reneszánszát.

A korábbi időszak a digitalizációról, a felhőről és a konnektivitásról szólt. Mindent mindennel összekötünk, és szuper minőségbiztosítási rendszereket fejlesztünk. Ez a folyamat továbbra is zajlik. A német gépgyártók az Ipar 4.0 gondolatán keresztül nagy horderejű változást visznek véghez ezen a területen. Az elmúlt évtizedben

ez zajlott, de a vevői igény nagyon lassan épül fel a gyakorlati megoldások és példák kellő számú hiányában. A cégek gyakran egymást figyelve, „utánozva” döntenek a fejlesztéseikről. Kicsit olyan ez, mint a divat világa. Amíg a nagy szereplőknél nem látszódnak egyértelműen a jelentős hatású változások, addig ez tovább lassítja az újdonságok terjedését. Bevallom, arra számítottam, hogy idén elképesztő mesterséges intelligencia által támogatott csodákat láthatunk majd Düsseldorfban, de ebben a tekintetben csalódtam. Nem láttunk.

Ugyanakkor volt pozitív fordulat is. Érzékelhető pozitív változás zajlik a fenntarthatóság és a körkörös gazdaság irányába történő lassú fordulás tekintetében, és ez már nemcsak egy „marketing duma”. Aki ebben részt vesz, annak versenyelőnye származhat a piacon, és a nagy szereplők már nemcsak magukat és a beszállítóikat „kényszerítik” versenyhelyzetekkel a megfelelő irányba, hanem már a vevőiket is ösztönzik. Például a HP kidolgozott egy ügyes pontozásos rendszert, amivel igyekezik a megfelelő irányba terelni a vevőket (nyomdagépek felhasználóit), információkkal és javaslatokkal segítve őket, és jutalmazza, ha egy cég a megfelelő irányba tesz lépéseket. Véleményem szerint ebből érdemes tanulnunk, mert egész értéklánckokra is hatással lehet. A fejlettebb piacokon a környezetvédelem tekintetében is igaz az, hogy a „kockacukorral jobban lehet motiválni, mint az ostorral”. Szerintem Magyarországon is érdemes tanulnunk ebből és idejében ebbe az irányba fordulnunk, mert valós piaci alapon fel fog erősödni a fenntartható megoldások iránti igény.

A drupa sokaknak „kötelező” szakmai program marad, és aki kimarad, az lemarad, legyen az kiállító vagy látogató.

