

A signage útja a feliratos tábláktól a komplex vizuális élményig

NEM TÚLZÁS: AZ ELMÚLT ÉVTIZED ALAPJAIBAN FORMÁLTA ÁT A SIGN ÁGAZATOT. NÉZZÜK, HOGYAN!

Kerényi Kata

EGY ÉVTIZED A SZAKKIÁLLÍTÁSOK TÜKRÉBEN

Ha valaki az elmúlt tíz év során rendszeres résztvevője volt olyan meghatározó, iránymutató szakkiallításoknak, mint a FESPA vagy akár a magyarországi SignExpo–PPD Expo, jól nyomon követhette a sign szakma átalakulását. A 2010-es évek közepén a digitális szélesformátumú nyomtatás már természetesen nem számított újdonságnak, de a kiállítások egyik legfontosabb kérdése még mindig az volt, hogy milyen gyorsan, milyen felbontásban és milyen színminőségben tudunk nyomtatni. A gép teljesítménye, a festék, a hordozóanyag és a négyzetméterenkénti termelékenység állt a figyelem középpontjában. Aztán a technológia fejlődésével fokozatosan máshová került a fókusz. Már nem az volt a fő szempont, hogy mennyivel fejlettebb egy márka új modellje, mint az előző volt, hanem az, hogy mennyire sokoldalúan használható ki és milyen új piacokat lehet segítségével meghódítani.

A FESPA 2015-ben indította el Print Census kutatását, majd 2025-ben új megközelítéssel indította újra a programot. Az új kutatási ciklus már kifejezetten a speciality print és signage gyorsan változó világát vizsgálja, és olyan kérdéseket helyez középpontba, mint a fenntarthatóság, az AI és a gyártási folyamatok automatizálása. A vizsgált trendek között a diverzifikáció és a személyre szabás is hangsúlyosan szerepel. A kapott eredmények azt mutatják, hogy a kreatív megoldások és a különböző technológiák kombinációja az az irány, amerre a piac következő években mozdulni fog.

Az elmúlt tíz év szakkiallításait nézve szinte kronológiai sorrendben követhetjük a változást. Először a sebesség és a minőség volt a középpontba, majd jött a diverzifikáció. Ez magával hozta a párhuzamosan futó munkafolyamatok áttekintésének igényét, így egyre fontosabb lett a workflow és az automatizálás. Közben előtérbe került a fenntarthatóság kérdése is, amellyel kap-



csolatban az iparág egyre erősödő megrendelői nyomással is szembesül. Napjainkban pedig a mesterséges intelligencia jelenti a legtöbb lehetőséget és kihívást.

A GÉPTŐL A RENDSZERSZINTŰ SZEMLÉLETIG

A klasszikus sign természetesen nem tűnt el. Ma is készülnek cégtáblák, világító betűk, információs rendszerek, épületfeliratok, útbaigazító táblák, járműdekorációk, molinók és különböző kültéri reklámhordozók. De mára mindez elválaszthatatlanul összekapcsolódott a belsőépítészettel, a retaillel és a digital signage világával, megjelentek a térbeli és 3D-s megoldások, miközben a fenntarthatóság, az automatizálás és most már a mesterséges intelligencia is egyre nagyobb szerepet kap. Magyarországon mindezt egy kisebb, érzékeny, de rendkívül rugalmas piac sajátosságai kísérték.

A sign és a belsőépítészet határa egyre kevésbé egyértelmű. Ugyanez igaz a sign és a digital signage kapcsolatra is. Ez a változás Magyarországon is jól látható. A hazai vállalkozások jelentős része többféle technológiát és szolgáltatást kínál egyszerre, és ma már azok képesek jól pozicionálni magukat a piacon, akik nem egy-egy

termékben, hanem teljes szervezeti arculatban gondolkodnak.

A magyar sign piac az elmúlt évtizedben több olyan körülménnyel találkozott, amelyek különösen nagy alkalmazkodóképességet követeltek. A Covid-járvány időszakában egyik napról a másikra álltak le rendezvények, kiállítások és üzletnyitások. Ezzel párhuzamosan viszont bizonyos területeken – például az információs signage, a biztonsági kommunikáció vagy egyes retail alkalmazások esetében – új igények jelentek meg. Ezt követte az alapanyagárak, majd az energiaárak emelkedése, az ellátási láncok bizonytalansága, végül pedig az infláció és a beruházások óvatosabbá válása. A sign vállalkozások egy része ezért több lábra állt. Aki korábban elsősorban kültéri táblákat készített, nyitott a dekoráció felé. Aki digitális nyomtatással foglalkozott, belépett a textil vagy a retail területére. Mások a járműdekoráció, a display, az interior vagy éppen a kisebb ipari alkalmazások irányába kerestek új piacokat. A diverzifikáció így nem pusztán növekedési stratégia lett, hanem a stabil működés alapfeltételévé vált. A szűk piac különlegessége, hogy növekedési korlátokat szab, ugyanakkor minden folyamat gyorsabban képes végbemenni, így egy kisvállalkozás rugalmassága akár piaci előnyt is hozhat a gyors döntéshozatal vagy az új technológiák kipróbálása területén.

DIGITÁLIS MEGOLDÁSOK, AUTOMATIZÁLÁS: MIT VÁRTUNK, ÉS MI TÖRTÉNT VALÓJÁBAN?

A digital signage térnyerése az elmúlt tíz év egyik legnagyobb változását hozta az iparágban. És legyünk őszinték: az egyik legnagyobb tévedésért is! A 2000-es évek elején a teljes szakma biztos volt abban, hogy a képernyők hamarosan szinte teljesen kiszorítják a hagyományos nyomta-



tott signage különböző formáit. Ezek a jóslatok azonban tévesnek bizonyultak: ami történt, az egyfajta különleges fúzió, amelyben a két technológia szorosan összekapcsolódott. Ma az a jellemző, hogy egy üzletben, de akár étteremben vagy orvosi rendelőben is egyaránt jelen vannak az állandó nyomtatott információs grafikák és a dinamikusan változó digitális tartalmak. Egy rendezvényen a nyomtatott háttérfal és a LED-fal ugyanannak a vizuális környezetnek szerves részei, és ezt mindenki teljesen természetesnek tekinti. A fizikai signage pedig egyre gyakrabban digitális élményhez vezet, gondoljunk csak a QR-kódokra vagy a multiszenzoros élményt nyújtó plakátokra! Ezekben az esetekben a nyomtatott felület egy kapu, amely önmagában is hordoz információt, de további, már digitális területen elérhető tartalmakhoz is hozzáférhetünk rajta keresztül.

A másik terület, ahol sok jóslat bizonyult tévedésnek, az automatizálás. Az a vízió, hogy a kétezres évek első harmadára már mindent robotok végeznek és az embernek csupán ellenőrző feladata lesz, mostanra megdőlni látszik, bár az automatizáció térnyerése valóban szemmel látható a sign területén is. A fájlellenőrzés, az anyagmozgatás, a vágás, a finishing, a csomagolás vagy akár az ajánlatok készítése hatékonyan automatizálható. A cél a termelékenység növelése, a selejt és a hibák csökkentése, illetve a munkaerőhiány hatásainak enyhítése. Ami a hazai viszonyokat illeti: a robotizáció nagy kezdeti befektetést igényel, amely csak idővel térül meg, és ezt a legtöbb magyarországi cég még nem engedheti meg magának. A mesterséges intelligencia viszont új területeket nyitott meg a munkafolyamatok automatizálásának területén is. Az AI most már sokszor nem különálló alkalmazásként jelenik meg, hanem beépül a cégek működésébe. Segíthet eldönteni, melyik gépen, milyen anyaggal és milyen sorrendben érdemes elkészíteni egy mun-



kát, optimalizálja az időkihasználást és ennek haszna anyagiakban is mérhető egy vizuális kommunikációval foglalkozó cég életében.

MIT HOZHAT A KÖVETKEZŐ TÍZ ÉV?

Az eddigiekből kiderül, hogy nem is olyan könnyű megjósolni, merre fejlődik tovább a sign ágazat, hiszen sok minden nem úgy történt, ahogy korábban gondoltuk. De ha a mostani trendeket vesszük alapul, néhány markáns irányvonal talán mégis meghatározható. Ha az elmúlt évtized a digitális átállásról szólt, akkor a következő időszak várhatóan az intelligens integrációról fog szólni.

Az egyik legerősebb trend valószínűleg a teljes workflow digitalizációja lesz. Ezzel párhuzamosan az AI és az automatizálás összeolvadása is felgyorsul. A másik nagy irány a teljes személyre szabottság lehet. A retailben, rendezvényeken, üzletdekorációban és brand experience-ben egyre több egyedi, helyspecifikus vagy akár egyénre szabott vizuális elem jelenhet meg. Ennek elválaszthatatlan része a fizikai és digitális élmény összekapcsolása, azaz a phygital. A nyomtatott fizikai felület digitális tartalmat nyithat meg, a digitális tartalom pedig visszavezethet a fizikai térbe.

A fenntarthatóság eközben egyre kevésbé lesz különálló szempont. Beépülhet a tervezésbe, az



anyagválasztásba, a gyártásba és a logisztikába is. Nem feltétlenül az lesz a legjobb megoldás, amely a legolcsóbban gyártható, hanem amely a teljes életciklus alatt a legjobb egyensúlyt teremti meg költség, minőség, használhatóság és környezeti hatás között.

És ami a legfontosabb: tovább nőhet a magas hozzáadott értékű munkák jelentősége. A pusztán négyzetméterben eladható termékekkel egyre nehezebb lesz kitűnni. Miközben a táblák továbbra is ott lesznek az utcákon, üzleteken és épületeken, a mögötte levő technológiának és szemléletnek köszönhetően a modern sign hibrid térbeli, személyre szabott, automatizált, interaktív és egyre fenntarthatóbb lesz.

