

Az Omigraf Kft. lépést tart a nyomdaipari technika és technológia fejlődésével

Dr. Juhász Géza

Az Intergraf Nyomdaipari Kereskedelmi és Szervíz Kft. az elmúlt évben ünnepelte fennállásának 25. évfordulóját. Megalulásakor nemcsak kereskedelmi és szervíztevékenységgel foglalkozott, hanem a különböző nyomdaipari alap- és segédanyagok árusítása, valamint a nyomdaipari előkészítő berendezések szervizelése mellett előbb ofszet-, majd flexó-formakészítéssel is bővült a tevékenysége.

E sokféle tevékenységi kör közül 1989-ben az Intergraf és az Omikron kisszövetkezet létrehozta az Omigraf Kft.-t, amely átvette az ofszet-előkészítést. Az új kft. később bővítette tevékenységét, és tulajdonképpen minden olyan előkészítő munkát végez (az ofszetlemez mellett flexó, grafikai előkészítés, szedés, tördelés, film- és montírungekészítés stb.), amely megelőzi a nyomtatást. Jelenlegi telephelyükre, a főváros VIII. kerületében a Vig utcába 1992-ben költöztek. Ekkor már az Omikron Kisszövetkezet nélkül működött az Omigraf Kft., az Intergraf 80%-os és Rusznák János 20%-os tulajdoni hányadával, aki a kft. ügyvezető igazgatója is egyúttal. A vele történő beszélgetés során hangsúlyozta: annak ellenére, hogy csak a nyomást megelőző előkészítő munkát végzik – igaz, a legújabb technológiával –, nagyon hamar nőtt a megrendelők száma. Ehhez a tevékenységhez olyan technológiát dolgoztak ki az Intergraf Kft.-vel közösen, amely biztosította a kiváló minőséget, valamint a gyors átfutási időt, ugyanakkor az árkalkuláció a megrendelők számára kedvező volt. A nyereséges tevékenység folyamatos beruházást tett lehetővé. Természetes, hogy az önerős beruházásokon túl mindig megtalálták annak lehetőségét is, hogy pályázatokon nyert összegeket is befektessenek az egyre újabb technológia alkalmazására.

– A precíz, kiváló minőségű munkával hamar elértük – mondotta az ügyvezető igazgató –,



Rusznák János ügyvezető

hogy nevünk lett a nyomdaiparban. Ez azt is jelentette, hogy jó kapcsolatot sikerült kiépíteni azokkal a nyomdákkal, amelyek az általunk elkészített nyomóformákról a nyomtatással, kötészettel készterméket állítottak elő. Ilyen például többek között a Grafit Pencil Kft. vagy a gyomaendródi Kner Nyomda. Ugyanakkor az Omigraf Kft. is végigéli azokat a problémákat, amelyek az utóbbi évtizedekben a magyar nyomdaipart érintik. Ez például azt eredményezi, hogy a még állandó visszatérő partnereink is egyik napról a másikra visszavonhatják megrendelésüket. Ilyen volt például a Lapkiadó Vállalat, amely az általa kiadott lapokat a piaci helyzet változása miatt megszüntette. Ezen okok miatt nagyon sok munkát kell befektetnünk ahhoz, hogy az egyedi megrendelések mellett legyenek állandó, folyamatosan visszatérő üzleti partnereink is. Eddigi fennállásunk közel két évtizede alatt sikerült elérnünk, hogy megmaradjunk a csúc és a mélypont folyamatos változása mellett is. Ez a nehézségek mellett azt is jelenti, hogy a két évtized során veszteséges évünk nem volt, sőt elértük azt, hogy folyamatos beruházással a legmodernebb technológiával állunk üzleti partnereink rendelkezésére. A múlt év jelentős beruházása a CtP-technológia alkalmazása volt, melytől újabb állandó megrendelőket remélünk.

– Tehát minden rendben van?

– A mindennapokat érintően igen, bár nagyon sok munkát kell befektetnünk ahhoz, hogy kapacitásunk folyamatosan leterhelt legyen. Ami viszont a Gutenberg-féle betűsokszorosítást illeti, a hosszabb távlatokat elemezve nem vagyok optimista. Az elektrotechnika hihetetlenül gyors fejlődése következtében az internet egyre nagyobb elterjedése negatívan hat a nyomdaiparra. Ez azt eredményezheti, hogy a piac szűkül, egyre kevésbé lesz szükség a nyom-

tatott betűre. A technológia további fejlődése következtében pedig egyre több nyomdai művelet szűnik meg. Ma már például, nem kell film, egyből lemezre kerül a nyomtatandó szöveg, de eljuthatunk oda is, hogy később már lemez sem kell a nyomtatáshoz. Tehát a nyomdaiparnak a távlatokra fel kell készülnie, hogy a megváltozott körülmények mellett is tudjon az emberi gondolat, a tudomány, a kultúra közvetítője lenni.

drupacube 2008

A PAPIRVÁSÁRLÓK IGÉNYEIRE SZABVA...

A *drupacube* a drupa történetében most először létrehozott, egy kifejezetten a papírvásárlói célcsoport számára rendezett különleges alkalom! A 19. csarnokban a nyomtatott termékeket felvonultató olyan érdekes kiállítás fogadja a résztvevőket, amely a nyomtatványok elsősorban marketing szempontú felvonultatására helyezi a hangsúlyt. Itt és most, a termékek előállításá során alkalmazott nyomtatóeljárások szerepe másodlagos.

Ez nagyon előnyös megoldás, mert itt a marketingesek, a cégek és a kiadóvállalatok igazgatói, a termelésvezetők és a pénzügyesek koncentrált formában szembesülhetnek a nyomtatás, a nyomtatott termékekben rejlő potenciális piaci előnyökkel. „A célunk az, hogy ezen a drupa-rendezvényen a nyomtatványvásárlók képviselői minél nagyobb számban jelenjenek meg. Természetesen tudjuk, hogy ezt a célcsoportot más kiállítók is megcélözzák majd. De azt is tudjuk, hogy az ilyesminél egy a zömében műszaki-technológiai rendeltetésű kiállítás és vásár keretében kerülni kell a látogatók túlterhelését” – mondja *Manuel Mataré* úr, a drupa projektigazgatója. Szerinte: „a *drupacube* egy olyan portál szerepét tölti be, amely a nyomtatványfogyasztókat a hatékony tájékoztatás eszközeivel egyenesen a kiállítói standokhoz tereli!”

A nyomtatfelhasználói célcsoport rendkívül heterogén, ezért a *drupacube* keretében felvonultatott látványoknak is ehhez kell igazodniuk.

A szimpózium és a különféle munkaműhelyek (*Workshops*) naponta változó mottóikhoz igazodva, azokkal összhangban választják meg az aktuális témákat és a programokat, amelyekről a nap végén még vásári újságban/magazinban, direktmarketing katalógusban is megjelennek az összefoglalók és a különféle testületek kommunikációi.

Az ipari szektorközi szimpóziumokon az olyan témák is szerepelnek, mint a márkavédelem, a környezetkímélő nyomtatás (*Green Printing*) és a művészet/nyomat közötti kapcsolat kérdései.

„Célunk az – folytatja *Mataré* úr –, hogy minden nap olyan témákkal foglaljuk le az embereket, amelyek amúgy is foglalkoztatják őket.” Ennek a biztosítása érdekében, már a tervezés szakaszában is megfelelő hozzáértő egyesületek segítségét, közreműködését is igénybe vesszük. Olyanokét, mint pl. a német közvetlen marketingegyesület (*Deutscher Directmarketing Verband, DDV*), a kiadói testületi fórum (*Forum Corporate Publishing, FCP*) és a médiagyártók egyesülete (*Media Production Association fmp*), továbbá az újság, a magazin és az ingyenes lapok kiadóit, akik mind a koncepció támogatói.

Megkeresünk kiállítókat is: fejtsek ki számunkra a véleményüket arról, hogy szerintük hogyan szervezzük a nyomtatványvontatkozás *drupacube* információáramlást ahhoz, hogy az összhangban legyen a kiállított termékekkel.

A célcsoport számára a *drupacube* rendezvény vonzerejét fokozza majd az elhelyezése is, a közeli gyönyörű Düsseldorf városa, a Rajna parti Médiakikötő és az a tény, hogy a *drupacube* közvetlenül a Déli Kongresszusi Központ szomszédságában nyert elhelyezést, így az szerves része marad a kiállítási forgatagnak is. A drupán minden nyomtatási szegmens számára lehetőség van önálló rendezvények, összejövetelek megtartására. A nap folyamán különféle katalógusgyártási megoldások megismerésére is lehetőség nyílik majd.

A *drupacube*-ra és a programra vonatkozó legfrissebb információkat a www.drupacube.com weboldalon lehet figyelemmel kísérni.