

Főszerkesztő: Faludi Viktória
Lapterv: Maczó Péter
Korrekktor: Endzsel Ernőné

Szerkesztőbizottság
Eiler Emil, dr. Garáné Bardóczy Irén,
Hujder Zoltán, Maczó Péter, Péterfi Sándor,
Szentendrei Zoltán, Szikszay Olivér

A Magyar Grafika védnökei
Bálint Csaba, Burger László, dr. Egyed Béla,
dr. Endrédy Ildikó, dr. Horváth Csaba,
Jászkuti László, Kelemen Eörs, Lendvai László,
dr. Peller Katalin

Kiadó
Papír- és Nyomdaipari Műszaki Egyesület
1135 Budapest, Tahí út 53-59.
Telefon: 06 1 783 0347
E-mail: faludi@mgonline.hu
Honlap: www.mgonline.hu
facebook.com/MagyarGrafika
Felelős kiadó: Fábián Endre elnök

Nyomdai előkészítés: Aldus Grafikai Stúdió

Borító: Maczó Péter

Nyomdai kivitelezés: Alföldi Nyomda Zrt.
Felelős vezető: György Géza vezérigazgató

Terjeszti a Papír- és Nyomdaipari
Műszaki Egyesület
Előfizethető a titkárságon
Egyes szám ára a titkárságon: 1000 Ft+áfa,
postázva: 1200 Ft+áfa
Előfizetés egész évre: 7200 Ft+áfa
Megjelenik évente hatszor

Külföldön terjeszti
a Batthyány Kultur-Press Kft.
H-1014 Budapest, Szentháromság tér 6.
Telefon: +36 1 201 8891
E-mail: batthyany@kultur-press.hu

Hirdetésfelvétel a Papír- és Nyomdaipari
Műszaki Egyesület titkárságán
Index: 25537
HU ISSN 0479-480X

Borító karton: Symbol Card

tartalom

<i>Faludi Viktória</i>	Kedves Olvasónk!	3
<i>Dósa László</i>	A „márkaimage” tudatosítása a fogyasztóban	4
<i>Tóth Zoltán</i>	Kétdimenziós vonalkódok a hamisítás elleni védelmi megoldásokban	9
<i>Faludi Viktória</i>	Magyarországi csomagolóanyag-gyártó körkép A Xerox azonnali megoldást kínál	12
	a hazai csomagolóiparnak	28
	Eredményes Horizon Akadémia start: A legjobb ötletek ahhoz, miként hozhatjuk ki	30
	a legtöbbet a web to print szolgáltatásból	33
<i>Faludi Viktória</i>	Alföldi Nyomda Zrt. 25 éves a Partners	36 42
<i>Varga Margit</i>	TPM és minőség	43
<i>Faludi Viktória</i>	PNYME Vándorgyűlés drupa innovation park 2016	50 54
<i>Michael Scherzinger</i>	Konformitásvizsgálat, amely a korral halad	56
<i>Nagy Miklós,</i>	A 2015. évi HUNGAROPACK	
<i>Svraka Angéla</i>	Magyar Csomagolási Verseny díjazottjai Könyvismertető	57 62
<i>Gécs Béla</i>	Az első élclapunkról	63
<i>Békésy Pál</i>	Fred 15 színre lép	64
<i>Major Lajos</i>	TYPOjam 2015	66
<i>Faludi Viktória</i>	TypoTrafik	68
<i>Maczó Péter</i>	Bűnbeesés előtt	70

Kedves Olvasónk!

Novemberi számunk fókuszába a csomagolóanyag-gyártás került. „Nem véletlen, hogy a drupa 2016 egyik legfontosabb témája a csomagolásgyártás lesz. A különleges megjelenésű papírok és kiváló befejezőműveleti technológiák elsőrangú reklámeszközzé várszolják a csomagolást. A csomagolást elektronikus kijelzők és érzékelők teszik intelligenssé, a digitális nyomtatás pedig lehetővé teszi a személyre szóló nyomtatást és a verziókészítést. Ennek eredményeként – az aktuális előrejelzések szerint – a csomagolási piac 975 milliárd euróra fog növekedni 2018-ra. Erre a piaci összefüggésre hívja fel a figyelmet speciális kiállításával a Packaging Touchpoint, aminek segítségével a csomagolástervezésben és -gyártásban rejlő lehetőségekre mutat rá a drupa, és azokat a szolgáltató cégeket veszi célba, amelyek már jelen vannak a csomagolási szektorban vagy annak részesei kívánnak lenni” – közölte Sabine Geldermann, a drupa igazgatója a PNYME vándorgyűlésén tartott előadásában.

Körképünkben olvashatnak ismert és kevésbé ismert, de figyelmünkre nagyon is érdemes, a csomagolóanyag-gyártásban tevékenykedő cégekről. Maczó Péter Grafika a Grafikában rovatunkban is a csomagolóanyagok vizuális megjelenésére koncentrálnak. Beszámolunk a hideg- és melegfóliázás legújabb trendjeiről, a hamisítás elleni védelem fontos eleméről, a kétdimenziós vonalkódról, szó esik a digitális nyomtatás csomagolóanyag-gyártásban történő alkalmazhatóságáról és a web to print alkalmazásának előnyeiről. Azok a cikkek, amelyek mellett QR-kód található, audiovizuális kiegészítéssel gazdagítják a hasábjainkon megjelent tartalmakat.

Nem is kívánhatunk jobbat, mint azt, hogy olvasóinknak legyen legendő ideje, érdeklődése és kedve a szakirodalom tanulmányozásához, szorgalmazza épülését minden tartalmunk!

Tisztelettel:

Faludi Viktória
főszerkesztő



A „márkaimage” tudatosítása a fogyasztóban

A LEGÚJABB TRENDK A HIDEG- ÉS MELEGFÓLIÁZÁS ALKALMAZÁSÁBAN

Dósa László

Kezdjük rögtön egy sokak számára ismeretes ténnyel: ma egy márka tulajdonosának mindössze másodpercei vannak arra, hogy meggyőzze a vásárlót, miért az ő termékét vegye le a polcra. Talán ez okozza a mindenkori legnagyobb fejfájást a „brand owner”-nek mai, mindenféle impulzussal teli világunkban, viszont az sem ismeretlen tény, hogy a meggyőzés egyik leghatékonyabb eszköze még mindig a csomagolásban rejlik.

Melyek ezek a befolyásoló tényezők és milyen lehetőségek közül választhat a mai márkatulajdonos?

A LEONHARD KURZ – a világ egyik legnagyobb hot-stamping és hidegfólia-gyártója – már azóta, hogy az 1890-es években megalapította a vállalatot, illetve az 1930-as években Konrad Kurz révén kifejlesztette a fémgőzölt fóliákat (mely során ekkor még valódi arany és ezüst alkotta a fémréteget, melyet csak az 1950-es évektől váltott fel az alumínium), folyamatosan figyeli a fogyasztói szokásokat, az aktuális – a nyomdaipar számára nem mindig túl kedvező – trendeket, és a termékfejlesztések során különös figyelmet fordít ezen elemek fontosságára.



A megjelenés, dekoráció

Még mindig bátran kijelenthető, hogy az elsődleges elem egy „hétköznapi” termék esetében a megjelenés, a csomagolás minősége. *(Természetesen nem elhanyagolható a termék jellege, funkciója, amely ezt felülírhatja bizonyos esetekben.)*

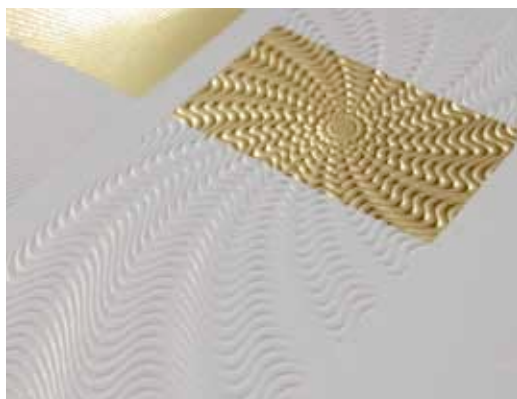


Prégelt kartondoboz – KURZ Luxor MTS 362 fekete + Alufin MTS fólia + h+m prégelő bélyeg

Egy jól sikerült dizájn, egy szépen kivitelezett termékdoboz évekre beivódhat a fogyasztó tudatába és szinte automatikusan választja az adott terméket.



Prégelőszerszámok h+m-től a KURZ kínálatában



Prégelőszerszámok h+m-től a KURZ kínálatában

Itt jön a képbe a sokrétű szolgáltatást nyújtó nyomda, tervezőgárdájával, szakértelmével. És itt jön a képbe a KURZ is, mely teljes megoldást tud nyújtani a különféle fóliázási eljárások megvalósítható dizájnelemek tekintetében. Nem csupán a fólia elérhető a KURZ kínálatában, hanem a munkák megvalósításához szükséges nyomóklisék, prégelési segédanyagok, illetve akár gépek is.

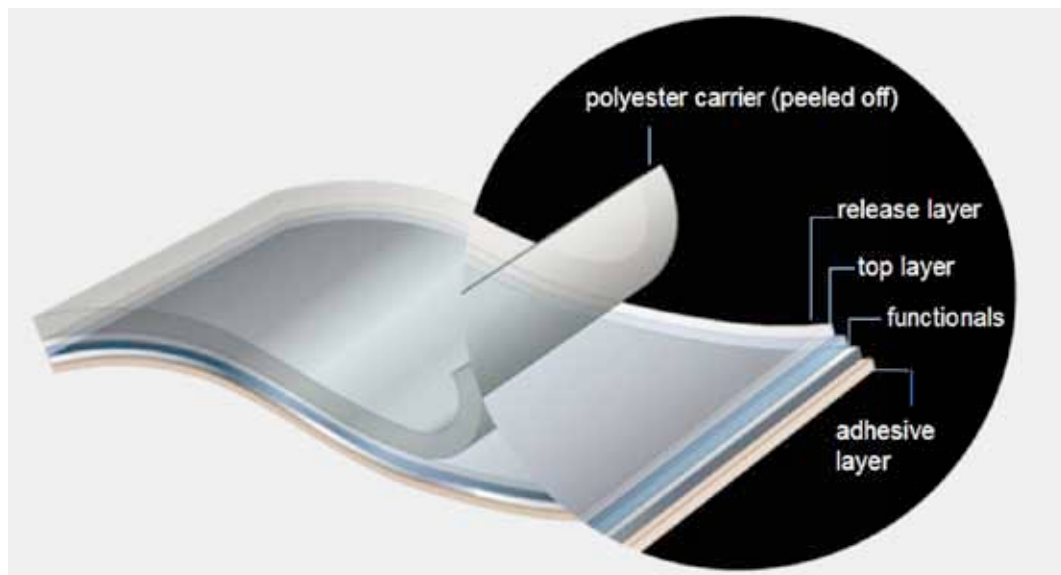
Trendek a megjelenést illetően

Ki ne találkozott volna az utóbbi időben ismét a különféle Fresnel-lencsék alkalmazásával, mint

a márka presztízsét növelő díszítőelemmel? A KURZ, válaszulva erre a kihívásra megalkotta a Deep Lens lencsefóliát, amely hot-stamping fólia esetében soha nem látott 3D effektet biztosít a legkülönfélébb nyomathordozóra szabva a fólia tapadási tulajdonságait, ezzel igen nagy szabadságot nyújtva a tervezőknek a lencse pozícióját, illetve méretét illetően, mindezt a lehető legköltséghatékonyabb módon. Gondoljunk bele, micsoda nehézséget okoz az, hogy egy valódi, az anyagból szinte kiemelkedő 3D effektust biztosítsunk úgy, hogy a PET hordozóról leváló transzferréteg (top layer + színezett fémréteg + ragasztóréteg) vastagsága csupán 3–5 mikron, mely vékonyabb, mint az emberi hajszál.

Sok nyomda részéről felmerült azonban kérdésként, hogy mi a helyzet a címkegyártással? Miért nem lehetséges technológiai frissítés a flexónyomatásban, hidegfóliázással kombinálva? Esetleg lencseeffektus a címkéken? A KURZ erre is adott egy választ az októberi Brüsszelben megtartott LabelExpón: ez nem más, mint a **DISTORUN®**.

A **DISTORUN®** egy hidegfóliázó modul, amely majd az összes piacon elérhető flexógépre felszerelhető, és csupán pár óra alatt használhatóra kész. A rendkívül precíz feltekeréssel egy hidegfólia-tekerés akár többször is felhasználható. A beépített szoftvernek köszönhetően a megfelelő kalkulációval, illetve beállításokkal az adott



A nyomófólia szerkezeti felépítése

Fóliázás a digitális nyomtatásban

Vagy nézzünk egy másik trendet, mégpedig a digitális nyomtatás térhódítását. A vevői igények egyre inkább csökkennek, illetőleg abba az irányba mutatnak, ahol csupán néhány ezer, illetve néhány száz ívre van csak szükség. Ez azt jelenti, hogy ebben az esetben az adott vevőnek le kell mondania a valódi fémréteggel ellátott felületnemesítési eljárásról? A válasz egyértelműen nem.

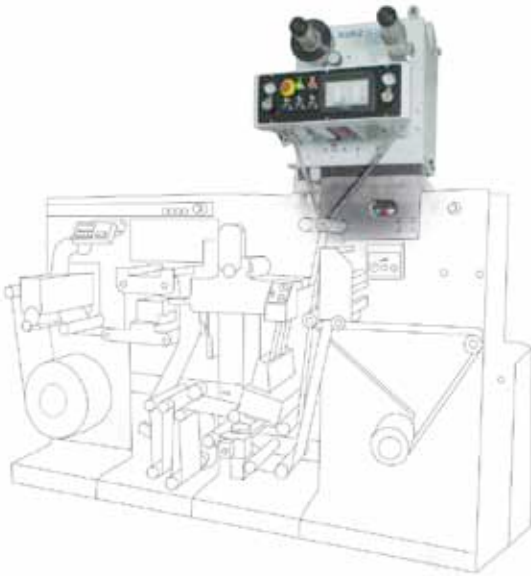
A KURZ már a tavalyi évben bemutatta Digital Metal® koncepcióját, melynek keretében lehetőség van három lépésben valódi metallizált ívek nyomtatására, legyen az akár címke, akár doboz, akár szórólap, illetve bármely kiadvány. A KURZ biztosítja az ehhez szükséges teljes csomagot: a DM Liner® fóliázó gépet, a Digital Metal® fóliát és egy webalapú szoftvert. A folyamat pofonegyszerű:

Az első lépésben megnyomtatjuk a fóliázandó íveket a fekete tónér használatával ott, ahol fémes csillogást szeretnénk elérni. A második lépésben az előnyomtatott íveket áthelyezve a DM Liner®-be egy szilikon prégelelőhenger használatával felhordjuk a fóliát, és a harmadik lépésben felülnyomtatjuk az íveket a digitális nyomdagépünk használatával.

Mіндеzen túlmenően, haladva a korrall és megfelelően korunk mobilkommunikációs eszközökkel átszótt világának, óriási hibát vét az a márkatulajdonos, aki a csomagolástechnikában figyelmen kívül szeretné hagyni a jelenkor követelményeit. Hogy mik ezek a fent leírt dekorációs megjelenésen túl?

A termékvédelem, mint megjelenítési elem

Nem elhanyagolható a márkavédelem marketingaspektusa. A különféle márkavédelmi elemekkel ellátott termékek azon túlmenően, hogy



munkára használandó fólia mennyisége jelentősen csökkenthető. Azonban ez nem minden. A **DISTORUN®** modult használva pozicionált fóliát is fel tudunk helyezni a különféle címkegyártásban használt nyomathordozóra, lehetővé téve akár azt, hogy lencseeffektust érthessünk el hidegfóliázással is.



1.



2.



3.



növelik a fogyasztó bizalmát a termékben, egyedi megjelenést is biztosítanak.

Alapvető érdek mindenki számára a tulajdon védelme, melynek elősegítésére a KURZ a jelenkor legfejlettebb technológiájával egyedileg személyre szabott, különféle látható és láthatatlan biztonsági elemekkel ellátott fóliákat biztosít a márkatulajdonosok és nyomdaipari partnerei számára.

Annak érdekében, hogy a számos, eltérő terméktulajdonosi igénynek meg tudjon felelni, a KURZ egy széles körben felhasználható és rendkívül differenciált termékcsaládot fejlesztett ki a hamisítás elleni védelmi megoldások területén. A „Brand Enhancement by KURZ” elnevezésű márkaoptimalizálási megoldás célzottan a márkanevégyártók elvárásainak megfelelően került kifejlesztésre.

Ám azon túl, hogy folyamatosan díszítjük és védjük termékeinket, ma már elengedhetetlen, hogy termékeink egyéb üzeneteket is közvetítsenek, kommunikáljanak a vevőkkel.

A kommunikáció

A KURZ-nál az a meggyőződés, hogy minél koordináltabbak a márkajegyek és minél életteltelibb a márkaszemélyiség, annál megbízhatóbb a márkaidentitás, és annál ellenállhatatlanabb lesz a márka. A KURZ márkaerősítési megoldásai éppen ezért nem egy elkülöníthető egységként tekintenek a márkavédelemre, hanem mint egy mindent átfogó, integrált megoldásra, amely a márka egészét erősíti. A „Brand Enhancement by KURZ” képessé teszi a márkanevégyártókat arra, hogy a különböző márkaoptimalizálási megoldásokat szinergikus módon alkalmazzassák. A márkavédelmi megoldás *tetszetős dizájnelemeket, optikai hamisításvédelmi jellemzőket, illetve egy webalapú azonosítási, információs és kommunikációs rendszert, ún. Trustcode®-ot* (Bizalom-kód) is magában foglal. Az új megoldással a márka tulajdonosai folyamatos visszajelzést kaphatnak a termékről a termékértékesítési lánc bármely fázisából, egy okostelefon és min-



denki által elérhető applikáció használatával is. Ezeknek az elemeknek egymáshoz viszonyított súlyát és alkalmazott kombinációjukat a vevő marketingstratégiája határozza meg. A KURZ márkaerősítési megoldásait az egyes vevők egyéni igényeinek, valamint a speciális márkaimage-nek megfelelően alakítja ki.

De mi is az a Trustcode® egészen pontosan?

Ahogy a korábbiakban is ecseteltük, a cél az erősebb kapcsolat létrehozása a fogyasztóval, a vásárlóval. Ebben az esetben az előzőekben említett termékvédelmi és dizájnelemek mellé társulhat egy internetalapú kommunikációs rendszer, amelyet **Trustcode®**-nak nevezünk, összekötve ezzel a virtuális és a valóságos világot.

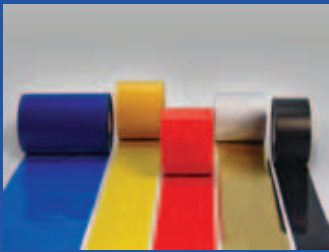
Ez úgy valósulhat meg, hogy pl. a prégelemmel felhordott biztonsági vagy nyomdaipari hologramos fólia egyes képi vagy logóelemeit, vagy az eredetiségi címkéket, márkalogót, pecsétet, bármely képi elemeket, vagy árucikk-kódokat összekapcsoljuk a **Trustcode®** adatbázissal. Ez az adatbázis a KURZ által kifejlesztett okostelesfonokra letölthető, a márkatulajdonos nevére

szabott applikáción keresztül érhető el. A vásárló beszakenneli a képet vagy kódot, és máris számos módon kommunikálhat a márkával.

A márkatulajdonos igényeitől függően a vásárlóhoz eljuthatnak termékinformációk, használati utasítások, szerviz és értékesítési irodák címe, online versenyek, promóciók, hűségprogramok vagy közösségi oldalakról szóló információk. A márkanevgyártók számára a márkakommunikáció a vásárlói hűség erősítésének egy fontos eszköze.

De nem csak ezt a célt szolgálhatja, hanem mindemellett lehetővé teszi, hogy a gyártó értékes visszacsatolásokat kapjon vásárlóitól, ezáltal jobban megismerheti a vásárlói szokásokat. A **Trustcode®** adatbázis ezen túlmenően fontos információk forrása a termékmozgást illetően is, amelyekhez így hozzáférhetnek a márkatulajdonosok, disztribútorok és vámtisztviselők is. Olyan adatokat képes szolgáltatni, amelyek nemcsak az áruk beazonosításában vagy követésében nyújtanak segítséget, hanem az elosztási csatorna zavartalan figyelemmel kísérésében is. Mindehhez már nem kell semmiféle drága külső eszköz, egy bármely okostelesfon-plattformon (IOS, Windows vagy Android) telepített szoftver segítségével mindez elérhető.

LEONHARD KURZ HUNGÁRIA Kft.



Különböző típusú nyomdaipari, műanyagipari fémrétegű és pigmentált nyomófóliák • Szilikon és fém nyomóformák
Könyvkötészeti és műanyagipari fóliázó berendezések
Termotranszfer fóliák: minden típusú forgalomban lévő vonalkód- és címkenyomtató berendezéshez • Élelmiszeripari dátumozó fóliák • Egészségügyi skála- és jelzőfóliák
Kábelipari jelzőfóliák • Bőr- és cipőipari fóliák

Ingyenes szaktanácsadás és gyártási próbák



1106 Budapest, Tarkarét u. 8-10
Telefon: +36 1 433 4321
E-mail: kurzhungaria@kurz.hu

Kétdimenziós vonalkódok a hamisítás elleni védelmi megoldásokban

Tóth Zoltán

műszaki és termelési vezérigazgató-helyettes, ANY Biztonsági Nyomda Nyrt.

A kétdimenziós vonalkódok (pl. QR-kódok, adatmátrix kódok) kifejlesztése és alkalmazása már több évtizedes múltra tekint vissza. Mindezek ellenére tömeges elterjedése és alkalmazása néhány évvel ezelőtt robbanásszerűen indult meg, azt is mondhatjuk, hogy „divatos” lett a használata.

A kétdimenziós vonalkódok (röviden: 2D-s kódok) kifejlesztését és felhasználását alapvetően az alábbi tényezők motiválták:

- ♦ a hagyományos vonalkódhoz (1D-s kód) képest változó és lényegesen több adat tárolási képessége,
- ♦ a visszaolvasás – a kód sérülése esetén is – szinte mindig biztosítható (redundáns adattárolás),
- ♦ előállításuk olcsó és gyors (digitális nyomtatók).

A 2D-s kódok alkalmazása az iparban (pl. gépipar, járműgyártás) már jóval korábban elkezdődött. A nyomdaipari felhasználás a nagy teljesítményű digitális nyomtatók elterjedésével egy időben indult el. Az első ilyen alkalmazás a postai küldemények (üzleti vagy tranzakciós levelezés)



UV 2D-s kód



Színes 2D-s kód

előállításuk során alakult ki. A digitális nyomtatásnál már 2D-s kódot használtak az azonosításhoz és a borítékolás vezérléséhez.

A hamisítás elleni védelmi megoldások és alkalmazások fejlesztése során a 2D-s kódok is, mint alkalmazási terület, a látókörbe kerültek, lényegében az alábbiakban felsorolt „jó” tulajdonságaikat használják fel:

- ♦ a 2D-s kód méretétől és felbontásától függő, „jelentős” adatmennyiség tárolása,
- ♦ kódolásuk egyszerű,
- ♦ visszaolvasásuk megbízható,
- ♦ a kódolt adatok biztonsági kódolással védhetőek,
- ♦ digitális nyomtatókkal olcsón és könnyen előállíthatóak.

HAMISÍTÁS ELLENI VÉDELMI MEGOLDÁSOK

Az előzőekben felvázolt pozitív alkalmazási tulajdonságaik miatt a 2D-s kódokkal létrehozható hamisítás elleni védelmi megoldásokat a következők szerint lehet csoportosítani:

- ♦ adminisztratív védelmi megoldások,
- ♦ nyomdatechnológiai védelmi megoldások,
- ♦ a kettő kombinációjával kialakított védelmi rendszerek.

A védelmi megoldások esetében a 2D-s kód közvetlenül (nyomtatással) vagy közvetve (pl. címkén) kerül a védendő objektumra.

Az *adminisztratív védelmi megoldások* lényege, hogy a védendő objektum (termék, dokumentum, értékciikk, okmány stb.) valamilyen egyedi azonosítóját vagy egyéb adatait egy 2D-s kódba tárolják. A kód tartalmát közvetlenül egy egyszerű vonalkódolvasóval leolvassák vagy adatbázis-kapcsolat esetén további „mélységi” adatok ellenőrzésével azonosítják a védett objektumot. A hamisításnak vagy az illetéktelen felhasználásnak kitett termékek életciklusát (gyártás, felhasználás, forgalom) lekövető rendszerek („Track and Trace” rendszerek) kialakításához kiválóan alkalmas a 2D-s kód. Sokan nem tudják, hogy a 2D-s kódokkal kialakított adminisztratív (egyben erős informatikai rendszer alapú) megoldások egyenértékűek, és lényegesen olcsóbbak, mint a leggyorsabb és legolcsóbb chipes megoldások (olcsó előállítás, olcsó olvasók stb.).

A *nyomdatechnológiai védelmi megoldások* tárháza már lényegesen nagyobb, mint az adminisztratív védelmi megoldásoké. A nyomdatechnológiai megoldásokkal a „fontos” adatokat

tartalmazó 2D-s kódot kell megvédeni, illetve meg kell akadályozni, vagy el kell lehetetleníteni a 2D-s kód illetéktelen manipulációját (másolás, törlés, majd újramyomatás, reprodukálhatóság). A nyomdatechnológiai megoldások az alábbiak szerint csoportosíthatók:

- ♦ a kód nyomtatásához alkalmazott speciális tulajdonságú tónerek vagy inkjet tinták használata,
- ♦ a már kinyomtatott 2D-s kódok egyéb biztonsági nyomtatással történő védelme,
- ♦ különleges vagy egyedi tulajdonságú 2D-s kódok nyomtatása,
- ♦ adminisztratív és nyomtatástechnológiai védelmi megoldások bonyolult kombinációja.

A speciális tónerek és inkjet tinták esetében beszélhetünk speciális adalékokról, amelyek detektálására az olvasók is alkalmasak. Alkalmazhatunk ultraviola (UV) vagy infra (IR) hullámhossz tartományban látható tónereket vagy inkjet tintákat. A 2D-s kódok nyomtatását lehet kombinálni infratartományban látható és nem látható tónerekkel is.

A már kinyomtatott kódokat lehet speciális tulajdonságú normál fényben látható és nem látható lakkokkal, festékekkel felülnyomtatva védeni.

A 2D-s kódok hamisítás elleni védelmi eszközként történő alkalmazása során megoldások és lehetőségek egész sorát lehet kifejleszteni és alkalmazni. A továbbiakban bemutatott néhány alkalmazási példa is alátámasztja a fenti megállapításokat.

Az országokon átívelő árumozgások, valamint a kereskedelmi és logisztikai folyamatok kiszélesedése új helyzet elé állítja a gyártókat és a termékvédelmet szem előtt tartó intézményeket. A legtöbb esetben a hagyományos árjelölések nem elegendőek ahhoz, hogy egy-egy terméken szereplő információt hitelesnek lehessen tekinteni. Ugyanakkor a termék ára és az ellenőrzése nem teszi lehetővé a chippel ellátott rendszerek használatát. Azonban ez nem jelenti azt, hogy nem lehetséges – az elsősre másolhatónak tűnő – QR-kódok, adatmátrixok védelme.

VÉDELEM AZ „ÁTCÍMKÉZÉS ELLEN”, AMELY MÁR SZABAD SZEMMEL IS LÁTHATÓ

A címke alapanyaga egy speciális biztonsági adalékanyaggal van ellátva. Az adalékanyag jelenlétét a címkén egy kézi eszköz ellenőrzi, egyértel-



ANY Biztonsági Nyomda minta



Adalék-ellenőrző

mű igen-nem választ adva annak jelenlétére. A 2D-s kód és egyéb azonosítók nyomtatása előtt a címke sorszám és biztonsági alnyomat kerül a címke olyan oldószerérzékeny festékekkel kerül nyomtatásra, ami a vonalkód (és egyéb azonosítók) eltávolításának kísérletére minden kétséget kizáró, szabad szemmel is kiválóan látható jelet hagy maga után, vagyis elmosódik az alnyomat.

KOMBINÁLT ELLENŐRZÉS – ADATTARTALOM ÉS BIZTONSÁGI ELEMEL EGYÜTTES ELLENŐRZÉSE

Olyan nagy értéket képviselő termékeknél, ahol szükség lehet az életciklus-követésre is, a címke védhető biztonsági elemekkel, a címke nyomtatott kétdimenziós vonalkód pedig ellátható másolás elleni védelemmel is. Az ANY Biztonsági Nyomda által kifejlesztett speciális eszköz csak abban az esetben olvassa be a vonalkódot, ha érzékeli annak az adaléknak a jelenlétét, amit

a tónerbe korábban belekeverték. Így könnyen kiszűrhető, ha a vonalkódot másolták, manipulálták.

A NYOMTATOTT ADATOK LÁTHATATLAN VÉDELME ÉS ELLENŐRZÉSE

A láthatatlan, UV-fény alatt fluoreszkáló tintasugaras nyomtató által készített 2D-s kód és az UV-vonalkódozó kombinációja új lehetőséget ad arra, hogy rejtett, hagyományos fénymásolással nem reprodukálhatóan változó információkat helyezzenek el a dokumentumokon. A védeni kívánt adatokat egy 2D-s vonalkódba kódolják, amit egy egyszerű, asztali tintasugaras nyomtatóval az okmányra nyomtatnak látható és/vagy láthatatlan (UV- vagy IR-) festékekkel. A nyomat szabad szemmel nem látható, azonban UV-/IR-fény alatt színnel fluoreszkál. Egy speciális **vonalkódozó** ezt a kódot is le tudja olvasni, vagyis megtörténik az ellenőrzés.

AZ ELLENŐRZÉS, A SZAKÉRTŐI ESZKÖZÖK MELLETT, MINDENKI ÁLTAL HASZNÁLHATÓ MOBILALKALMAZÁSSAL

Az egyedi azonosítók a termékre vonatkozó információkkal és a megszemélyesítési adatokkal együtt rögzítésre kerülhetnek egy adatbázisában. A törzsadatok rögzítése után a termékek ellenőrizhetővé válhatnak egy erre a célra készített mobiltelefonos alkalmazással. Így az alkalmazáson belül dekódolásra kerülhet a kód, amelyről további információk oszthatók meg a végfelhasználó és a gyártó felé is: pl. hol történt a leolvasás, milyen további biztonsági elemek ellenőrzését kell végezni a terméken stb. Az adatok tömeges és egyszerű ellenőrizhetősege visszatartó erő lehet a hamisítók felé.

SZÍNES ADATMÁTRIX KÓD ALKALMAZÁSA

A színek alkalmazásával a 2D-s kód adattartalma lényegesen nagyobb lehet, mint a fekete, hasonló méretű és felbontású 2D-s kód adattartalma. Ezenkívül egyedi színek alkalmazása, illetve ezek kombinálása speciális adalékokkal tovább növelheti a 2D-s kód hamisítás elleni védelmét. Tovább bonyolítva a helyzetet, akárcsak UV-fényben látható és olvasható egyedi színekből álló 2D-s kód is alkalmazható a hamisítás elleni folytonos „harcban”.

Magyarországi csomagolóanyag-gyártó körkép

Faludi Viktória

A csomagolóanyag-gyártás a nyomdaipar egyik töretlen növekedést mutató szegmense. Összeállításunkban bemutatunk kicsi és nagy cégeket egyaránt, amelyek valamilyen szempontból érdekesek, különlegesek, például egyedi termék, művelet vagy volumen tekintetében.

A megrendelői igények gyors és hatékony kiszolgálása érdekében a nyomdák közötti kooperáció sokszor eredményesebb, mint a „mindent házon belül tudni” elve. Ebben az összeállításban potenciális kooperációs partnerekre találhat bármelyik nyomda, stúdió vagy ügynökség, de hasznos információkat talál az a szakember is, aki e területen tevékenykedve másokra is kíváncsi vagy más terület képviselője, és ismereteit szeretné bővíteni.

CODEX ÉRTÉKPAPÍRNYOMDA ZRT.

Berta László vezérigazgató

www.codex.hu



CODEX ZRT.

Géppark

A CODEX Zrt. kezdeti gépparkja alapvetően a több mint 25 éves múltra visszatekintő értékpapírgyártáshoz kapcsolódott. Ennek következtében szinte az összes nyomdai technológiával rendelkezünk és rendelkezünk, mely hamisítás elleni védelemmel ellátott termékek előállításához szükséges. Az utóbbi tíz évben, így az elmúlt néhány évben is komoly gépi beruházásokat hajtottunk végre, melyek az általunk gyártott és folyamatosan fejlesztett, szabadon növelhető, illetve megnövelt információhordozó felületű, lapozható vagy kihajtható öntapadós címkeszerkezetek – az ECL® (Extended CODEX Label®) címkék – gyártásához kapcsolódtak.

Mi jelentette az elmúlt évben a legnagyobb kihívást?

A legnagyobb kihívás, a megnövekedett megrendelői igények mellett, a megrendelők által elvárt gyártási határidők olykor extrém csökkenése. Ezeknek az elvárásoknak egyrészt a folyamatos innovációval és termékfejlesztéssel, másrészt a speciális és egyedi géppark, il-

letve gyártókapacitás megduplázásával, néhol megháromszorozásával próbálunk megfelelni.

Jelenleg három, újabb beszerzéseinknek köszönhetően pedig jövőre további kettő, azaz mindösszesen öt rendkívül bonyolult, egyedi fejlesztésű ECL® gyártó gépeinkkel Európa egyik legnagyobb kapacitású gyártóbázisává válunk. Célunk, hogy mind minőségben, mennyiségben, határidőben, mind kivitelben és a címkeszerkezet kialakításában ne legyen olyan megrendelői igény, melynek gyártását ne tudnánk biztonsággal elvégezni.

Termék

A teljesen változatos megrendelői igényekre szinte valamennyi termékünk bizonyos szempontból egyedi és különleges, van, amelyik a mérete vagy terjedelme, illetve formai kialakítása miatt válik azzá.

Értékpapírnymodaként és csomagolóanyag-gyártóként egyaránt speciális szakmai tudást és



gépparkot igénylő, különleges nyomdai megoldásokkal állunk a megrendelőink rendelkezésére.

Büszkék vagyunk arra, hogy több olyan megrendelőnk is akadt, akik azután találtak nálunk megoldást, miután különleges igényeiket külföldi konkurens nyomdák nem tudták kielégíteni.

Miben vagy mikben kell verhetetlennek lenniük?

Folyamatos innovációval és a rendelkezésre álló nyomdai technológiák ötvözésével alapvetően a biztonsági nyomtatványok és az ECL® címkék piacán kívánunk továbbra is meghatározó piaci szereplőként jelen lenni és megrendelőinknek olyan speciális megoldásokat kínálni, melyekkel az ő termékeik, illetve szolgáltatásaik lesznek versenyelőnyben, illetve bizonyulnak verhetetleneknek.

Munkaszervezés

A CODEX Zrt. a hazai nyomdaiparban jól ismert rendszert választott, amely egy kész alkalmazásra támaszkodva lehetőséget ad arra, hogy az egyedi igényeinknek megfelelően – folyamatos fejlesztéssel – a termelészervezés megfelelő hatékonysággal működjön.

Saját fejlesztésű technológia

Az ECL® gyártása során saját fejlesztésű technológiát alkalmazunk, és az ECL® előállításához használt célgépeink is az általunk megfogalmazott igények alapján összeállított egyedi fejlesztésű berendezések. A hamisítás ellen védett biztonsági termékek esetében többféle, általunk kifejlesztett alapanyag kerül felhasználásra.

Megrendelői igények

Napjainkban a megrendelők egyre nagyobb elvárásokat támasztanak a másodlagos csomagolóanyag-gyártókkal, így Társaságunkkal szemben is. Amellett, hogy a megrendelőink részéről jelentkező legkülönlegesebb igényeket is ki tudjuk elégíteni, nagy hangsúlyt fektetünk az innovációra és termékfejlesztésre, így sok esetben általunk generált igényekről beszélhetünk.

Kooperáció

Kooperációra minden partnerünkkel nyitottak vagyunk, legyen ügynökség, grafikai stúdió, nyomdai bróker, nyomda. Ebben az esetben legfontosabb, hogy mindenki számára előnyös, hasznot hozó együttműködések jöjjenek létre, és nem utolsósorban a megrendelők megelégedésére új, innovatív termékek szülessenek.



CODEX ZRT.

Értékpapírok Hamisítás ellen védett termékek ECL® Extended CODEX Label Különleges nyomdai megoldások

TÖBB MINT CÍMKE



AS MANY PAGES AS MUCH INFORMATION YOU NEED ANNYSI OLDAL, AMENNYI INFORMÁCIÓ SZÜKSÉGES SO VIELE SETZEN, WIE SIE FÜR IHRE INFORMATIONEN BRAUCHEN

ECL®

Az ECL® leggyakoribb felhasználása:

 ÉLELMISZERIPAR	 KOZMETIKUMOK	 HÁZTARTÁSI VEGYIPAR
 GYÓGYSZERIPAR	 AGROKÉMIA	 AUTÓIPAR

Codex Zrt. Tel.: +36 23 453 380
2092 Budakeszi, Fax: +36 23 453 197
Szüret u. 5. E-mail: color@codex.hu
HUNGARY www.codex.hu

FLEXO-ROLL KFT.

Lászlófalvi Márta ügyvezető

www.flexoroll.hu



Géppark

Cégünk legújabb termelőberendezése egy Valmaz-STRECKER írvágó gép, mely 40 g/m²-től egészen 600 g/m²-ig képes a 300 × 400 mm és a 1440 × 1500 mm közötti nyomda- és csomagolóipari papírok és kartonok ívesítésére, akár hat tekercselőn. Másik ívesítő berendezésünk egy Jagenberg írvágó, ami 130 g/m²-től 600 g/m²-ig ívesíti az akár 700 × 445 mm legkisebb nagyságú íveket, egészen a 1600 × 2000 mm nagyságú ívekig. Az írvágás területén rendelkezünk még egy Perfekta egyenesvágó géppel, amin 1320 mm-ig tudunk íveket (ívről ívre) méretre vágni.

Cégünk másik fő profilja a flexónyomtatás, ahol egy infraszárítóval ellátott Schmutz nyomdagépen tudunk 1585 mm szélességig, 4+0 szín-



ben vízbázisú festékekkel nyomtatni, főként teltónusokat, akár lakkozva is.

A tavalyi év legnagyobb kihívása

A tavalyi év legnagyobb kihívását az előbb említett Valmaz-STRECKER írvágó gépünk telepítése és üzembe helyezése jelentette. Mint minden beruházást, ezt is egy hosszabb előkészületi időszak előzött meg, ahol fel kellett mérni a piaci igényeket, kalkulálni kellett a várható és előre nem látható költségekkel, meg kellett talál-

**Bízva ránk
a papírmunkát!**

FLEXO ROLL

ÍVRE VÁGÁS	FLEXO NYOMTATÁS
<ul style="list-style-type: none">• Tekercsszélesség akár 1670mm• 600g/m²-ig• 1mm-es vágási pontossággal	<ul style="list-style-type: none">• Tekercsszélesség akár 1565mm• 4+0 színnel• 650mm-1160mm nyomathossz 14 féle módon

Kiszámíthatóság, hatékonyság és rugalmasság 40 éves papír- és csomagolóanyag-ipari háttérrel

Web: www.flexoroll.hu • Tel: 24/542-330 • Email: info@flexoroll.hu

ni a számunkra legideálisabb gépet. Sajnos nem egyszerű olyan céget találni, akikre maximális biztonság mellett egy teljes körű géptelepítést rá lehet bízni, hisz a jó hírű magyar szakemberek rengeteget dolgoznak külföldön, de ezen a téren szerencsésnek mondhatjuk magunkat! Ezen túlmenően már előre le kellett szerveznünk, hogy kollégáink a gép érkezése előtt már külföldön begyakorolhassák a gép kezelését és specialitásait. És nyilván az Élet mindig tartogat meglepetéseket, amikkel előre nem lehet számolni, de ezeket muszáj mindenkor a lehető legjobban megoldani! Úgy érezzük, elmondhatjuk magunkról, hogy bár nem volt egyszerű az elmúlt év, de sikeresen megoldottuk a saját magunk elé kitűzött célokat!

Produktum

Számunkra a legérdekesebb termékek mindig azok, amelyek gyártásában több gépünk is együttesen részt vesz, és kihívást jelentenek nekünk. Ilyen kooperációs együttműködéssel készültek olyan hazai és külföldi piacra gyártott, élelmiszerrel érintkező karton csomagolóanyagok, amelyek elkészítéséhez a telitónusú és lakkozott tekerceket megnyomtuk, majd ívesítettük is.

Miben kell verhetetlennek lenniük?

Mint mindannyian tudjuk, a nyomda- és csomagolóipar területén a piaci verseny nagyon erős. Vannak „nagyhalak” és „kisebbek”, akiket mi egyaránt szívesen szolgálunk ki. Tudjuk, hogy a minőség nem kompromisszum! Ettől többet kell nyújtani ahhoz, hogy a vevőink elégedettek legyenek. Amit a tulajdonostársammal együtt mindig képviseltünk, az nem „csak” írvégágás vagy „csak” flexiónyomtatás, hanem egy teljes körű kiszolgálás, ami a fő tevékenységet megelőzi és követi. Értem ezalatt azt a globális szolgáltatást, amit nyújtunk raktározás, logisztika és adminisztráció területén. Ezt a hozzáállást a nálunk dolgozó munkatársaink is velünk együtt képviselik!

Munkaszervezés

Azt tapasztaljuk, hogy miként a vevőink megrendelői is egyre nagyobb tempót diktálnak, úgy kell nekünk is a gyártás terén a rugalmasságunkat egyre jobban emelni. Azáltal, hogy a végtermék gyártására egyre kevesebb idő jut, minden termelési folyamatra rövidebb és rövidebb időegység áll rendelkezésre. Mivel mindig is szem előtt tartottuk és tartjuk a megrendelői igényeket, ezért a termelésünket igyekszünk maximálisan úgy ala-

kítani, hogy egy-egy SOS megrendelést maradéktalanul ki tudjunk szolgálni!

A cég alapításakor az SAP Business One vállalatirányítási rendszer mellett döntöttünk. A választás azért erre a termékre esett, mert bár ez egy kész alkalmazás, mégis minden cégnek a saját profiljára lehet szabni. És ez így történt nálunk is! Ezzel minden saját és minőségi tanúsítvány (pl. FSC) által elvárt kritériumnak meg tudunk felelni. A kezdetektől fogva nyomon kísérhető, hogy egy adott megrendelést mikor, melyik kollégánk rögzítette, ki és melyik gépen gyártotta. Visszakereshető a megrendelés számából a tekercesazonosító, pontosan milyen alapanyagból készült, az alapanyag mikor érkezett be, hány kg lett felhasználva belőle, hány% volt a gyártásközi veszteség, ki ellenőrizte, mikor szállították el, mikor került kiszámlázásra, mikor utalták el az ellenértékét stb., stb., stb. Így a teljes folyamat nyomon követhető, ami nagy segítség.

Saját fejlesztésű technológia

A folyamatos vevői igények változása mellett állandóan szükség van arra, hogy a berendezéseinket olyan újításokkal, kiegészítésekkel lássuk el, amelyek a termelékenységet, minőséget mind-mind növelik. Ezeket az igényeket mindig felmérjük, megtervezzük/terveztetjük és egy-egy szakértői csapattal elkészítetjük.

Megrendelői igények

Ahogy említettem, a piacot főként a vevők alakítják, ami egyre élesebb versenyt eredményez. Természetesen mindenki arra törekszik, hogy a lehető legköltséghatékonyabb módon tudjon előállítani egy-egy terméket. Sajnos a gazdasági válság hatására az alapanyagkészleteket is a legkisebb szintre próbálta mindenki visszaszorítani. Ami viszont olyan buktatókat rejtett, hogy a papírgyárak rugalmatlansága és megrendeléseik hosszú átfutású kiszolgálása vagy alapanyaghiányt eredményezett, vagy olyan plusz extraköltségeket generált, amivel a gyártó már nem tudott versenyképes lenni. Ezt kiküszöbölendő és a megrendelőink által is tapasztalva az a legjobb megoldás, amikor az alapanyagigényüket már előre úgy tervezzük, hogy az ad-hoc megrendeléseket a raktárunkban elhelyezett készletekből bármikor le tudják hívni és a vevőt kiszolgálni. Ezzel olyan rugalmassághoz jutnak, ami nagy előnyt eredményez a konkurenciához képest mind időben, mind előállítási költségben!

Kooperáció

Mivel piaci céljaink hosszú távúak, így bármilyen együttműködésre nyitottak vagyunk, ami mindkét fél számára kedvező! Szívesen működünk együtt olyan partnerekkel, akikkel akár rövid, akár hosszú távon gépeink kapacitását a lehető leghatékonyabb ki tudjuk használni és akár a későbbiek folyamán új berendezések beruházásába is érdemes belekezdeni!

HELIKON NYOMDA KFT.

Szent-Iványi Tamás Kristóf
kereskedelmi képviselő

www.helikonnyomda.hu



Géppark

A Helikon Nyomda jelenleg egy nyolc- és egy kilencszínes Nilpeter Flexo nyomógéppel rendelkezik, 330 és 250 mm-es pályaszélességben. Mindkét nyomógépünk magasan felszerelt, speciális termékek nyomtatására is alkalmas, mint például a hátoldalnyomás, hidegfóliázás, szendvicscímkék gyártása, sorszámozás, egyedi kódolás, kaparós felülettel való ellátás.

A két nyomógépet két Rotoflex áttekerceselő, valamint egy Grafotronic stancoló áttekerceselő szolgálja ki.

Legutóbbi fejlesztésünk során egy Cartes GT 360-as megaranyozó, szitázó, dombornyomó gép és egy Cartes lézerstancoló került üzembe helyezésre, melyek a speciális befejező művelet kivitelezésére szolgálnak.

Az elmúlt év legnagyobb kihívása

Az elmúlt év legnagyobb technológiai kihívását a többszínes, kétrétegű címkék kivitelezése jelentette, melyet – nem kis erőfeszítések árán – siker koronázott. Egyre több ügyfél keresi a szendvics- vagy bookletcímkéket, így ezek technológiai kivitelezhetősége nagy kihívást jelent számunkra, de az elmúlt időszak tapasztalatai azt mutatják, jó úton haladunk.

Érdekes munkák

Több éve dolgozunk együtt számos partnerrel, akiknek speciális, egyedi kódozott, adott eset-



ben egyedi hologrammal és egyéb biztonsági elemekkel ellátott termékeket gyártunk, melyek volumene ugyan változó, de biztosan a legérdekesebb termékeink közé tartoznak. Sajnos, a vállalt titoktartási kötelezettségek miatt, ezekkel a termékekkel nem indulhatunk egyetlen versenyen sem, de minden esetben megelégedéssel tölt el, amikor egy – első látásra kivitelezhetetlennek tűnő – termék megvalósul a kezeink között. Emellett az egyik legérdekesebb, ezáltal a legkedvesebb termékcsoportunk a borcímkék csoportja, melyek az esetek legnagyobb többségében, pusztán információhordozás mellett, érzelmi töltéssel is bírnak a borász számára, ami miatt meglehetősen nehéz megfelelni az elvárásoknak. Viszont annál nagyobb öröm látni az elégedett ügyfelek termékeit a boltok polcain.

Miben kell nagyon jónak lenniük?

Családi vállalkozásként a legfontosabb tulajdonságnak a megbízhatóságot tartjuk, így ebben próbálunk – az olykor nem egyszerű piaci viszonyok ellenére is – verhetetlenek lenni.

Munkaszervezés

Saját fejlesztésű, folyamatosan fejlődő termelés-szervező rendszert alkalmazunk, mely – a kész szoftverekkel ellentétben – nagyon rugalmasan kezeli az újonnan felmerülő igényeket, kihívásokat. Többször megvizsgáltuk a kész alkalmazások bevezetésének lehetőségét, de idáig minden esetben arra a következtetésre jutottunk, hogy az egyedi igények kivitelezéséhez szükséges rugalmasságunkat nagymértékben elveszítenénk, így a rövid távú terveinkben még nem szerepel egy kész vállalatirányítási rendszer bevezetése.



Géppark, a csomagolóanyag-gyártást tekintve
Nyomási gépparkunk mindenképpen egyedi több tekintetben is. Először is három ívméretben rendelkezünk 6 + lakkos vagy dupla lakkos nyomógéppel. 36 × 52, 53 × 75 és 75 × 106-os formátumban nyomtatunk, biztosítva ezáltal, hogy a legkisebbtől a milliós darabszámokig versenyképesek legyünk.

A gépek átlagéletkora nem haladja meg a négy évet! Ezzel is garantálni tudjuk az állandó minőséget.

UV-nyomtatás területén nyomógépünk konfigurációjának köszönhetően kompromisszumok nélküli minőséget tudunk nyújtani ügyfeleinknek.

A továbbfeldolgozásban kiemelném Bobst Expertcut stancológépünket, mely Power Register rendszerével garantálja még kasírozott termékek esetén is a 0,1 mm-es pontosságot. Emellett a szeparálás is megoldható.

Bobst dobozragasztó gépünk Braille-szkennerrel van ellátva, mely gyártás közben folyamatosan ellenőrzi a Braille-írás minőségét.

Ablakozógépünk, a hagyományos ablakozáson túl, egy menetben tud stancolni a doboz oldalára áthajló ablakokhoz fóliát, illetve az előre stancolt fólia felragasztása sem okoz gondot.

Mi jelentette az elmúlt évben a legnagyobb kihívást?

Az elmúlt években számos új technológia került bevezetésre a Keskeny Nyomdában. Ezek napi rutin szintjén történő megvalósítása, hatékonyságunk folyamatos növelése mellett, igazi kihívás volt számunkra. Kollégáink egyre tisztábban látják, hogy kizárólag a tökéletes, százszázalékos minőség az elfogadható, ezt azonban nem lehet eléggé hangsúlyozni. Minden tekintetben csak a dolgozóink fejlesztésével, oktatásával tudunk komoly előrelépést elérni!

Ezáltal viszont bármilyen egyedi igényt, különleges megoldást készek vagyunk fontolóra venni és lehetőségeinkhez mérten azokhoz, az ügyfél kéréseinek megfelelően, alkalmazkodni.

Saját fejlesztésű technológia

Saját fejlesztésű technológiaként az előbbiekben már szóba került kétrétegű címkék kivitelezését említeném, mellyel négyoldalal (3 nyomott + 1 ragasztó oldal) színes címkéket tudunk előállítani, akár egyedi kódzással is. Továbbá egyedi fejlesztésként említenénk az egyik alapanyag-beszállítónkkal közösen fejlesztett borcímkepapír családot, melynél a strukturált borcímkepapír egy BOPP fóliára van laminálva, mely tökéletesen tapad a borosüveghez, ezáltal csökkentve a párákicsapódás miatti borcímke-felhólyagosodást. Ezt a típusú alapanyagot előszeretettel ajánljuk azon ügyfeleinknek, akiknél a hűtött palackokon a párákicsapódás miatt felhólyagosodik a címke, hiszen ezzel az eljárással az ilyen jellegű problémák száma minimálisra csökkenthető.

Megrendelői igények

A megrendelői igények folyamatosan változnak, melynek egyik fő oka a piac állandó mozgása, a másik pedig a megújulásra való törekvés. A csomagolóanyag-gyártás területén erősödnek a személyre szabott, egyedi igényeket kielégítő, saját márkajelölésű termékek iránti igények, melyeknek megfelelni egyre nehezebb, mivel a gyártási mennyiségek más példányszámokra tagolódnak. Többek között emiatt, a technológia folyamatos fejlődését szem előtt tartva, cégünk további fejlesztési terveiben olyan jellegű beruházás szerepel, mely a gyorsabb átállásokat, a jobb nyomatminőséget, az egyedi termékek előállítását és a hatékonyabb gyártást lehetővé teszi.

Kooperáció

Több nyomdával – köztük akár konkurens vállalatokkal is – együttműködünk, dolgozunk közös projekteken. Kifejezetten örülünk azoknak a megkereséseknek, ahol kooperációra kérnek fel, illetve néhány esetben mi is keresünk olyan partnereket, akikkel rövid, közép- vagy hosszú távon tudunk együttműködni, mindkét fél részére előnyös kooperációban.



Saját fejlesztésű technológia

A Keskeny Nyomda egy sor olyan technológiát alkalmaz, ami kiemeli a nyomdák tömegéből. Kimagasló a felületnemesítési eljárások széles spektruma, amit kínálni tudunk. Stancolásban is van több olyan lehetőség, ami csak a Keskeny Nyomdában elérhető szolgáltatás. Elindítottuk a dupla bíges, azaz gerinccel rendelkező tokok gépi ragasztását. A nyomtatással egy menetben történő hideg fém fóliázást íves ofset gépen Magyarországon csak a Keskeny Nyomda biztosítja ügyfelei részére. Sikert értünk el az eddig problémát okozó fémfóliázott és cold-foilozott termékek proofolását is.

Termékek

Napi szinten találkozunk valamilyen szempontból kihívást jelentő megbízással. Előfordul, hogy egy UV-lakkozott, fémfóliás, ragasztott doboz kell 48 órán belül szállítani, de az is előfordult, hogy kartonból fociabdát kellett gyártanunk. Volt már több tízezer csónakformájú dobozunk is, ezen sem lepődünk meg. Mi alapvetően szeretjük az extra dolgokat, ezeket inkább saját fejlődésünket szolgáló feladatnak tekintjük, mint tehernek.

Miben kell verhetetlennek lennie a Keskeny Nyomdának?

Nem szabad egy dolgot kiemelni. Ár-érték arányban kell, hogy jók legyünk. Jelenti ez a rugalmas kiszolgálást, gyors reakcióidőt, az ügyféltámogatást, a határidőre történő gyártást, a pontos kiszállítással zárva a sort. A végén egy hibás tétel a számlán már ront az elért teljesítmény színvonalán.

Munkaszervezés

Átlagosan napi 40–70 megrendelést dolgozunk fel és minimum 7–10 művelet van egy-egy termékkel. Az átlag átfutási idő öt nap, ebből ki lehet számolni, hány ezer művelet összehangolt programozására van szükség, hogy tartani tudjuk a vállalt határidőket. A legnagyobb kihívás a folyamatos időnyomás alatt történő munkavégzés.

A Magyarországon legelterjedtebb Scroll programcsaládot használjuk. A teljes gyártási folyamatunkat lefedi, a TMK programtól, a minőségügyi modulon át egészen a pénzügyig.

Az egyedi vagy különleges megoldások hogyan illeszthetők bele a termelésirányító rendszerbe?

Nagyon szoros az együttműködés a Scroll fejlesztőcsapatával. Eddig még nem volt olyan igény, amit ne oldottak volna meg.

Megrendelői igények

Tapasztalatunk szerint a Keskeny Nyomda sok esetben az ügyfelek előtt jár újdonságok terén. Általában mi teszünk javaslatot új technológiák alkalmazására. Nagy sikert aratott a több száz ügyfelünket megmozgató lakkszimposium-sorozatunk is, ahol idén a lakkozás mellett több új lehetőséget mutattunk be.

Milyen jellegű kooperációra nyitottak?

Cégünk alapvetően egy nyitott, együttműködéseket kereső vállalkozás. Sok olyan speciális technológiával rendelkezünk, amely más nyomdák számára nehezen vagy csak több lépésben megvalósíthatóak. Ilyen esetekben is állunk rendelkezésre.

Nagyon sok nyomdával szoros az együttműködés. Mindenki tudja rólunk, hogy az ügyfél meg nem támadás természetes számunkra.

Mivel mi sem rendelkezünk minden egyes feladat ellátására házon belüli megoldással, szükség esetén bizalommal fordulunk konkurenciáinkhoz.

PROSPEKTUS NYOMDA KFT.

Tóth Gábor ügyvezető igazgató

www.prospektusnyomda.hu



Prospektus Nyomda

Éppen most három éve, hogy a Prospektus Kft. elkezdte építgetni a csomagolóanyag-gyártással foglalkozó üzletágát. Az induláshoz nagyon jó alapot szolgáltatott a már meglévő Heidelberg



CD-s nyomógépünk, amely kitűnő minőségben nyomtat karton hordozókat is. A „belépő szintű” termékkörünk, azaz a faltkarton dobozok teljes körű gyártásához azonban szükségünk volt még egy stancoló- és dobozhajtogató-ragasztó gépre is. Így vásároltuk meg a Kama ProCut 74 stancolót és egy Anter-800 gépsort.

Mi jelentette az elmúlt évben a legnagyobb kihívást?

Nálunk nem igazán jellemzőek a nagy volumenű termékek. Az esetek többségében a kis vagy közepes szériás, de magas minőségigényű csomagolóanyagokat rendelik tőlünk a partnerek, amelyek vagy a konstrukció, vagy pedig az alkalmazott felületnemesítési megoldás miatt tűnnek ki a tömegből. Talán az elmúlt időszak legnagyobb kihívása az volt, amikor több mint 40 féle, kb. 500 000 db, fémgőzölt, extra minőségigényű dobozt kellett legyártanunk mindössze pár hét alatt. Ezt a volument már alapanyag, termelészszerzés és belső logisztika szempontjából is alaposan meg kellett terveznünk.

Minőség

Azt gondolom, a minőségünkkel és az általunk nyújtott szolgáltatás színvonalával kell kitűnünk az egyre népesebb mezőnyből. A hagyományos nyomdatermékeket gyártó üzletágunk közel 30 éves múltra tekint vissza, és meglehetősen jól prosperál. A packaging területén mi ugyanazon értékeket képviseljük, amelyek a hagyományos vonalon a Prospektus hírnevét megalapozták. Természetesen ezt a csomagolós vévőkör még nem feltétlenül ismeri, de dolgozunk rajta, hogy ez ne maradjon sokáig így!

Munkaszervezés

Egy régóta működő saját fejlesztésű szoftverrel dolgozunk, amelyben megoldott a hagyomá-

nyos termékkör és a csomagolós projektek szeparációja. Gyakorlatilag a munkatáska megnyitásánál egy checkbox jelölésével eldől, melyik termékkörbe tartozik a megrendelt projekt.

Megrendelői igények

Ezen a területen is kétféle megrendelővel találkozunk, az első pontosan tudja, mit szeretne és minden rendelkezésére is áll a gyártáshoz, a másik típusnak még csak a képzeletében létezik a termék és csupán ötletekkel rendelkezik. Mi mindkettőre fel vagyunk készülve, de természetesen a második eset áll a szívünkhöz közelebb, hiszen ilyenkor van lehetőségünk a partnerrel együtt gondolkodni és a konkrét feladat ismeretében a legoptimálisabb megoldás felé terelgetni.

Kooperáció

A csomagolós tevékenységünk kapcsán jelenleg még leginkább mi veszünk igénybe alvállalkozói segítséget, pl. B2-nél nagyobb méretű dobozok stancolása-ragasztása vagy például ablakozási igények kapcsán. Szeretettel fogadjuk ilyen tevékenységgel foglalkozó vállalkozások jelentkezését. Mi pedig az eddigiekben ismertett tevékenységünkkel állunk azok rendelkezésére, akik megkeresnek bennünket valamilyen konkrét projekttel.

PS PRODUKT KFT. – SYGMABOX

Gergely Zsolt csomagolótechnikai tanácsadó
www.kartondoboz.com

SYGMABOX
WWW.KARTONDOBOZ.COM

Sok helyen hallani azt, hogy mindig vevőt kell találni előbb egy ötletre, aztán megszervezni a gyártást. Nálunk ez pont fordítva történt. Nekünk előbb meg kellett találni azokat a beszélgetőket, partnereket, akik beleillenek hosszú távú koncepciónkba. Itt most nem csak arról van szó, hogy olyan partnerekkel dolgozzunk együtt, akik rendelkeznek a megfelelő gépekkel, eljárásokkal, hanem ami még fontosabb, hogy ugyanúgy gondolkodjanak, mint mi.

Termék

Éppen most fejeztük be a gyártását legújabb büszkeségünknek, ami egy wrap csomagolás a debreceni Buri-Buri street food vendéglátóegységnek, a belváros szívében. Ez a csomagolás tö-

kéletesen bemutatja az a kooperációt, amit mi a hazai nyomdaiparban képviselni kívánunk. A tervezéstől kezdve, onnan, hogy mi legyen az alapanyag, milyen legyen a grafikai megjelenése a csomagolásnak, utána pedig a gyártás is teljeskörűen a mi feladatunk volt. És mi minden folyamathoz megkerestük azt a partnert, akit adott munkafázisban a legjobbnak találtunk. Tehát a konstrukciós tervezést és grafikai koncepció kialakítását, kigondolását leszámítva minden folyamatot partnereinkkel közösen alkottunk meg. A grafikai munkákhoz is rajtunk kívül még két grafikust vontunk be a munkába, külön helyről szereztük be az alapanyagot, a nyomdai munkákat, a doboz belső részének fóliázását, a stanolást, és a ragasztást is külön végeztettük el. Minden folyamatot szétbontottunk.

Miben kell verhetetlennek lenniük?

Erre mondja azt mindenki, hogy rugalmasságban és vevőközponúságban. De mi hisszük, hogy ezt még magasabb szintre kell és tudjuk is emelni. A legtöbb ügyfél még mindig nem látja, milyen lehetőségeket rejt magában a csomagolás, illetve, hogy egyáltalán minek is kell pontosan megfelelni. Tehát megkeres a leendő ügyfél, és mi nemcsak csomagolást adunk neki, hanem komplett megoldást arra vonatkozóan, hogyan tudja még jobban eladni a termékét azokkal a fogásokkal, amiket mi ingyen adunk a csomagoláshoz, ugyanakkor más cégek elvárják, hogy

előbb az ügyfél keressen fel egy marketinggurut hozzá. Az objektivitás, hogy külső szemlélőként nézünk a termékére, illetve az egész cégére, és bátran el is mondjuk, sőt látványterveink segítségével minden esetben meg is mutatjuk ötleteinket. És ekkor még a vevő egy forintot sem fizetett nekünk.

Hogy ne menjünk messzire, itt van ez a wrap csomagolás. Ügyfelünkkel történő találkozásunkkor derült ki, hogy két másik vendéglátóegysége is ugyanazon a téren helyezkedik el, mint a megbízásban szereplő vendéglátóegység. Ahol mindezek találhatóak, nem más, mint Debrecen egyik legszebb közösségi találkozóhelye, a Hal köz. Egy kis tér, rendkívül színes éjszakai étellel, bárokkal, kávézóval. Már ekkor eszünkbe jutott, hogy mi lenne, ha ezzel a csomagolással a másik két helyre – ami egy bár és egy kávézó – is valamilyen módon fel tudnánk hívni a figyelmet. Erre találtunk ki egy térképet, ami a képen is látható.

Továbbá nagyon fontosnak tartjuk felhívni a figyelmet és ösztönözni ügyfeleinket a közösségi médiában rejlő lehetőségek kihasználására. Itt most nem a facebookról beszélünk, azt már minden magára valamit adó kisvállalkozás automatikusan és egyre profibban használja, és kiaknázza. Mi inkább ügyfelünk célcsoportját, hosszú távú céljait szem előtt tartva, most az Instagram felé irányítottuk a figyelmét, ezért a csomagolásra egy külön játékot is kitaláltunk, egy QR-kóddal kiegészülve, ami nemcsak az aktuális nyeremények megmutatására használható, hanem arra is, hogy számszerűleg mérni tudjuk azt, mennyire figyelnek a fogyasztók a csomagolásra.

Munkaszervezés

Az előzőekben megfogalmazottak már előrevetítették, hogy a munkaszervezés az, ami a mi munkánknak a legnagyobb részét kiteszi. A kooperációban részt vevő grafikusok, nyomdák, illetve egyéb finishing tevékenységet végző partnerek összehangolása gyakran napokig tartó egyeztetéseket kíván. Szerencsénkre a legtöbb partnerünk nyitott az új dolgok felé, elkötelezettek a minőség irányában, és persze készek arra a kompromisszumra, hogy ne egyedül alkossák a teljes láncot, hanem egy nagyon erős lánc igen fontos, nélkülözhetetlen láncszemei legyenek. Mivel beszállító partnereinket egymás elől nem rejtegetjük, sőt fontosnak tartjuk, hogy ismerjék a másik kultúráját, a köztük lévő egyéb üzleti



kapcsolatokat is előrébb vihetjük, tőlünk független projektek, kooperációk tekintetében.

Megrendelői igények

Igazából a megrendelői igények változásának szükségessége miatt értékelődhet fel a mi szerepünk. Egyrészt van egy olyan szempont, ami nekünk is egyik alapvető célunk, mégpedig, hogy a kis manufaktúrák is képesek legyenek majd-hogynem ugyanazon árszinten hasonló minőségi csomagolásokat alkalmazni, mint a nagy multik vagy egy nyugat-európai versenytárs. De túl gyakran halljuk vissza azt az örökbecsű mondatát, hogy nyerő taktikán nem kell változtatni, legyen ugyanolyan, mint a szomszédé, vagy legyen olyan, mint például a McDonalds-é, a Nestle-é vagy akár a Heineken-é. Mi másképp gondoljuk, azt szeretnénk, ha ügyfeleink inkább úttörők lennének, mintsem trendkövetők. Kövessük a trendet, de tegyünk hozzá valami pluszt. Mert a nagy multik is örökké változnak, és mert a fogyasztói igények is sűrűn alakulnak. Ezért is valljuk azt, hogy meglévő csomagolásra azonnal nem adunk árat, előbb gondoljuk tovább, mit lehetne rajta fejleszteni, mivel lehetne igazán olyanná tenni, ami valóban ösztönzőleg hat a fogyasztóra, vagy például egy ipari csomagolóeszköznél miként lehetne olyanná tenni, hogy kevesebb helyet foglaljon a konténerben, így csökkentve a költségeket.

Kooperáció

Leginkább olyan cégek válhatnak potenciális partnerekké, akik kiegyensúlyozott gyártási kultúrával rendelkeznek, akik képesek arra, hogy ugyanazt az egyébként is nyújtott magas színvonalat képviseljék a mi – nagy multikhoz képest – kisebb sorozatú gyártásaink tekintetében is. Akik úgy kezelik abban az általuk elvégzett részfolyamatban a csomagolást, mint ahogy mi tekintünk rá, azaz saját tulajdonukként. A gyártási kultúra tekintetében a magas színvonalat is elvárjuk, amelyet viszont nem a gépeik minősége alapján ítélünk meg, hanem a hozzáadott emberi szakértelemtől, segítőkészségtől és kellő ösztinestől a várható minőséggel, a határidőkkel kapcsolatban.

Mivel mi alapvetően komplex csomagolási megoldásokat kínálunk kérés nélkül is partnereinknek, ezért igen sokrétű partneri hálózattal rendelkezünk, és nagyon sok terület van még, amit fejleszteni szeretnénk beszállítói szinten,

hogy mindenhol a legjobbakkal dolgozhassunk, legyen a cég Zalaegerszegen vagy éppen Záhonyban. Ilyen a flexibilis csomagolóanyagok köre. Itt leginkább keskenypályás flexóanyagokat keresünk minimum 360 mm-es pályaszélességgel, illetve pergamenpótló és nátronpapír további feldolgozására képes üzemeket. Egy nyomda esetében, ha van egy megrendelése, amit azért nem képes elvállalni, mert nem tud versenyképes beszállítót találni az egyéb finishing tevékenységre, és így nincs versenyképes ára, akkor is hívjon bennünket nyugodt szívvel.

Amit mi a kooperációban lévő partnereinknek mindig biztosítunk az általunk elvárt minőségért cserében – legyen a partner az együttműködés bármelyik szintjén is –, az a bizalom, a pontos fizetés és a lojalitás.

RR DONNELLEY MAGYARORSZÁG KFT.

Erik Preczlik

Europe Packaging Platform Manager

www.rrdonnelley.com/gpseurope/packaging/

RR DONNELLEY

Az RR Donnelley Magyarország Kft. a 150 évvel ezelőtt alapított és ma világszerte integrált kommunikációs szolgáltatásokat nyújtó, RR Donnelley & Sons vállalatcsoport tagja. (Nasdaq tőzsdén jegyzett: RRD.) Társaságunk olyan vonzó, többcsatornás kommunikációs stratégia kialakításában és fejlesztésében nyújt segítséget az ügyfeleknek, amelyek költségeik csökkentését, bevételeik növelését biztosítják számukra elvárásaikkal összhangban.

Az RR Donnelley 2002-ben jelent meg Magyarországon az ország nyugati részén létesített telephellyel, amely nyomtatási és raktározási szolgáltatást nyújtott a vállalatcsoport egyik legnagyobb nemzetközi partnere számára. Társaságunk az évek során folyamatosan növekedett, amelynek csúcspontjaként egy modern, zöldmezős beruházásként felépített üzem nyitott meg Debrecenben. Ezen telephely célkitűzése az európai műszaki, telekommunikációs, egészségügyi, gyógyszeripari és egyéb fogyasztási cikkek forgalmazó vevők kommunikációs igényeinek támogatása, melynek érdekében gyár egységünk a vállalatcsoport teljes körű szolgáltatási palettájának részeként magas színvonalú



nyomtatási és csomagolási szolgáltatásokat kínál. Társaságunk komáromi irodája az értékesítési tevékenységet támogatja költségkalkulációk készítésével, beszállítói lánc menedzsmenttel, továbbá biztosítja, hogy a hatékony és gördülékeny termelés érdekében minden információ a telephelyek rendelkezésére álljon.

Az RR Donnelley közelmúltban megvalósított felvásárlásai elsősorban a csomagolóanyag-gyártásra fókuszáltak, biztosítva számunkra azt a lehetőséget, hogy a csomagolóanyag-gyártási szolgáltatások széles palettáját nyújthassuk partnereinknek, ideértve az új termékek fejlesztését, a gyártást és a beszállítói lánc menedzsmentet is. A magyarországi telephely a nemzetközi platform részeként működik, így élvezi a tudásmegosztásból (know-how transzfer) és az új eszköztelepítési lehetőségekből származó előnyöket. Társaságunkat a régióban az teszi egyedülállóvá, hogy függetlenül attól, milyen terméket vagy szolgáltatást kell nyújtanunk, csapataink a világ minden pontján, az év valamennyi napján, a nap 24 órájában együtt dolgoznak a megoldáson.

Vállalatunk kiemelt hangsúlyt fektet az emberekre és a fenntartható fejlődésre személyes fejlesztési, valamint egészségmegőrző programok széles kínálatával, miközben kiemelkedően jó munkabiztonsági mutatókkal is büszkélkedik. Éppen úgy, ahogyan minden RR Donnelley telephely, a debreceni gyáregység is kiemelt figyelmet fordít a környezetvédelemre, így napenergiából áramot állít elő, hasznosítja az összegyűjtött esővizet, valamint az áramfogyasztás minimalizálása érdekében olyan technológiákat is bevezetett, mint pl. a LED lámpák általi megvilágítás.

Az RR Donnelley a kiváló minőség mellett kötelezte el magát, amely üzleti tevékenységünk szervezésének alapja. Nagyratörő célkitűzések, a teljesítmények jutalmazása, továbbá szakmai

és személyes fejlődési lehetőségek biztosítása jellemzi vállalatunkat.

Partnereink változatos igényekkel bíró megrendelők, akiknek a folyamatosan növekvő elvárásait újabb és újabb innovatív ötletekkel, költségcsökkentési megoldásokkal, illetve rövidebb, de ugyanakkor hatékonyabb ellátási modellekkel teljesítjük. Stratégiai beszerzésekkel, illetve a legoptimálisabb, személyre szabott logisztikai megoldásokat tartalmazó beszállítói platform meghatározásával igyekszünk túlteljesíteni ügyfeink elvárásait. Ez magában foglalja az adott vevőhöz dedikált ügyfélszolgálati csapatok működtetését, a korszerű termelési folyamatok optimalizálását, magas szintű minőségbiztosítási eljárások, valamint termelési folyamatba épített minőség-ellenőrzési pontok alkalmazását, személyre szabott logisztikai modellek kidolgozását éppen úgy, mint a tárolásmentes (cross-docking), illetve a közvetlen kiszállítási szolgáltatások biztosítását.

Megrendelőink igényeit bizonyos esetekben igen rövid időn belül kell teljesítenünk. Ilyenkor külső segítséget veszünk igénybe a megrendelés kompromisszumok nélküli biztosítása érdekében. Erős beszállítói bázisunk segítségével magas szintű, hatékony ellátási lánc menedzsmentet nyújtunk partnereink számára. Együttműködő beszállítóink nem csupán a velünk való együttes növekedésből, hanem az általunk elvárt új technikák és szakértelem megszerzéséből is tudnak profitálni.

Bízunk abban, hogy a jövőben tovább erősödik társaságunk európai pozíciója az ügyfelekre szabott világszínvonalú termékeinkkel és szolgáltatásainkkal, melyben nagy szerepet fog játszani a folyamatosan bővülő csomagolóanyag-gyártási platformunk és hitelesített beszállítói hálózatunk egyaránt.

STI PETŐFI NYOMDA KFT.

Kolozsvári György
www.sti-group.com

STI GROUP
Partner of the Brands

A Petőfi Nyomda története közel 170 éves. Természetesen akkortájt még nem beszélhettünk csomagolóanyag-gyártásról, nem is nagyon tudom, hogy mi lehetett akkoriban a csomagolóanyag, talán a csomagolópapír... A csomagolós

múltunk sokkal fiatalabb. A jelenlegi telephely 1968-ban épült, tehát az újkori történelmünk is már közel ötvenéves múltra tekint vissza. A hetvenes években még a portfólió igen széles volt, az újságtól, a borítékon át egészen a csomagolásig. Majd a rendszerváltás és az ezredforduló időszakában végbement tulajdonosváltások tették azt lehetővé, hogy a Petőfi az újkori csomagolóanyag-gyártók piacvezetője maradjon úgy, hogy mindvégig megőrizte vezető szerepét és patináját. Ma már kiváló szakértelem, korszerű géppark, multinacionális háttér és továbbra is piacvezető szerep jellemzi cégünket.



Milyen speciális minőségügyi és egészségügyi tanúsítványokkal rendelkezik az STI Petőfi Nyomda, ami a gyógyszer- és élelmiszeripar szigorú elvárásainak megfelelővé teszi? Ezek milyen kihívásokat jelentenek?

A rendszerszerű követelmények, előírások nagyon fontosak. Ha már az előbb a történelmet feszegettük, akkor itt is elmondható, hogy a Petőfi Nyomda volt az első nyomdaipari, csomagolóipari vállalkozás a rendszerváltás után, aki ún. HACCP-tanúsítással rendelkezett. Ez már akkor kiemelte a céget a tömegből! Azt gondolom, hogy a hagyomány fölött jól bábáskodtunk, hiszen ma is mind a higiéniai, mind a folyamat-tanúsítások terén élenjárók vagyunk. Sőt, a nagyon szigorú BRC-tanúsítást még a csomagoló

(co-pack) részlegünkre is megszereztük, ahol akár száraz élelmiszer csomagolására alkalmas higiéniai feltételeket is tudunk teremteni.

Hány doboz készül a nyomdában évente és ezek mekkora hányada kell, hogy különleges elvárásoknak megfeleljen?

Ez egy nehéz szám, ugyanis a kisméretű doboztól a klaviatúra méretű dobozig mindent gyártunk. Ennek ellenére beszédes az adat, miszerint évente kétféle milliárd darab dobozt állítunk elő. Milyen arányban kell különlegesnek lennie? Ez egy még nehezebb kérdés, mert szinte minden dobozunk különleges valamiben. Ha nem magában a kialakításban, anyagában vagy nyomtatásában, akkor a hozzá kapcsolt szolgáltatásban biztosan. Szóval, alapvetően különleges termékeket gyár-

STI GROUP
Partner of the Brands

Nyomtatott és hajtogatott karton-, hullámkarton dobozok és tekercses öntapadó címkék az STI Petőfi Nyomdától

H-6000 Kecskemét | Külső-Szegedi út 6. | Tel.: +36 76 510 200 | Fax: +36 76 320 503 | service.hu@sti-group.com

PACKAGING | POS SOLUTION | SERVICES | WWW.STI-GROUP.COM

tunk, hiszen hozzánk azok jönnek, akiknek különleges megoldás kell, de tömegtermék méretben. Ebben igazán jók vagyunk.

Mi volt az utóbbi időszak legkülönlegesebb vagy legbonyolultabb terméke, ami feladta a leckét a kivitelezésnél?

Az ünnepek környékén – mint a karácsony – megnő az ünnepi csomagolások száma és igénye. Amire büszkék vagyunk, nagyon sok van, de mégis van egy olyan projekt, amit régiós szinten valósítottunk meg. Ez egy közép-kelet-európai díszdoboz termék volt, amit az egyik szomszédos országban indult kezdeményezés révén kiterjesztettünk további nyolc országra, így összesen kilenc országba sikerült a terméket eladni, amivel a gyártás szintjén több százszoros nagyságrendű megrendelést generáltunk. Ez azért fontos, mert egy igényes, UV-s, fóliázott, 3D domboros termékről beszélünk, ahol az összefogott mennyiség hatékonysági előnye szinte kézzelfogható. Ráadásul, a megrendelő – aki egy multi – saját berkein belül is példaértékűnek tartja az összefogást, így nem csak mi, de a helyi beszerző is elégedett a sikerrel, ami a jövőben is gyümölcsöző lehet.

A STI Petőfi Nyomda szinte minden csomagolási versenyen szerez dobogós helyezést.

Ezek közül melyikre a legbüszkébbek?

Mindegyikre! Nem tudok, és nem akarok kiemelni terméket, számunkra minden termékünk ugyanolyan fontos, akkor is, ha nyerünk, akkor is, ha nem.

A digitális vagy hibrid nyomtatás mennyire keresett vagy valós igény a megrendelők körében?

Érdeklődés van az új megoldások iránt, de konkrét megvalósítás kevés. A digitális nyomtatás egy régóta dédelgetett projekt a csomagolóanyag-gyártók körében. Az STI is komoly kutatómunkát végez a témában, nem is alaptalanul, hiszen a POS terén már most is alkalmazunk számos digitális megoldást. A csomagolóanyagok terén azonban még kicsit óvatos lennék. Hozzá kell tenni persze, hogy a saját léptékeinket nézve...

A hamisítás elleni védelem hány elemét használhatják az STI Petőfi Nyomda megrendelői?

Számosat. A nemrég bemutatott dobozunk által is alkalmazott megoldások szinte mindegyikét

használja valaki. Mint azt általában javasoljuk is, egy egyszerűbb és egy nehezebb megoldás ötvözése az igazi megoldás és ezt sok partnerünk meg is fogadja.

Milyen új feladatokat hozott a dobozgyártás és -szállítás logisztikája az STI Petőfi Nyomda életébe?

A logisztika, mint a szolgáltatás része, nagyon fontos eleme a munkánkknak. Az exportpiaci arányunk dinamikusan növekedett az elmúlt években, a Petőfi márka már Európa más részein is számottevő. Ennek biztosítására a logisztikával is fel kellett nőnünk a feladathoz. Ma már olyan SCM (Supply Chain Management) megoldásokat alkalmazunk, amelyek áthidalnak távolságokat és pontatlan előrejelzéseket. Erre nagyon jó az STI vállalatirányítási rendszere, sőt nem csak jó, de alapvető szükséglet.

Milyennek képzelem a jövő csomagolóanyagait?

Ha ezt most pontosan meg tudnám mondani, akkor vagy kristálygömböm lenne, vagy kártyám, vagy valami hasonló, de mivel ezekben nem hiszek, így csak óvatos becsléssel élhetek. Az biztos, hogy az integrált megoldásokban lesz jövő, akár az RFID, akár az alapanyagokba integrált vagy impregnált egyéb megoldások tekintetében. Az STI központi szinten foglalkozik a kérdéssel és számos tanulmány készült már az ún. Future Store elképzelések gyakorlati megoldásaira. Ezen tanulmányok alapján van már némi elképzelésünk, hogy a következő tíz-húsz-harminc év mit is hozhat az ipar számára, mi az az irány, amivel esetleg érdemes foglalkozni. Mivel ezen információk nagyon értékesek is lehetnek, ezért ezeket nem árulom el, ez titok!

SZ. VARIÁNS KFT.

Szakál János ügyvezető igazgató

www.szvarians.hu



Géppark és egyéb berendezések

Az Sz. Variáns gépparkjában megtalálható az igényes csomagolás kivitelezéséhez minden olyan eszköz, mely a gyártást segíti elő. Gépparkunk összetételének jellemzője a hatékony és versenyképes gyártást segítő elő. Mit értünk ezen?



Gépeink kapacitásánál igyekszünk és igyekeztünk mindig az adott piac felvevőképességét figyelembe venni. Például legrégebbi gépünk egy 50 éves cilindres heidelbergi magasnyomó gép, mely stancolásra van átalakítva. Beszerzési árát tekintve jóval alatta van az ötszínés heidelbergi Speedmaster gépünknek. Ár-érték arányban elmondhatjuk, hogy ez a gép nagyobb termelőképességgel rendelkezik, ha figyelembe vesszük a beállítási és fenntartási költségeit. Természetesen nem ez a gépparkunk vezérszilaga, csupán azt szeretnénk érzékeltetni, hogy a versenyképesség egyenes arányban van a piac nagyságával.

Ami a legújabb büszkeségünk, hogy az elmúlt egy évben sikerült teljesen automatizálni a stancszerszám gyártását. Ez nagy biztonságot nyújt a professzionális csomagolóeszköz-gyártáshoz.

Az elmúlt év legnagyobb kihívása

Az elmúlt egy évben új telephelyet vásároltunk, felújítottuk, és 1000 m²-t hozzáépítettünk a meglévő 2000-hez. Így mára egy minden igényt kielégíteni képes csomagolóeszköz-gyártó infrastruktúrával rendelkezünk. Kivitelezés során a technológiai sor megtervezésén túl nagy hangsúlyt fektettünk az energetika optimalizálására, mind a hő, mind a villamos energia vonatkozásában. A beruházás keretében 50 kW-os kiserőművi napkollektor-rendszert is beüzemeltünk.

Mi volt a legnagyobb volumenű és a legérdekesebb termék?

Nagyon sok ilyen terméket tudnánk felsorolni. Ezen termékek gyártásának befejeztével mindig egy-egy mérföldkövet tudhatunk magunk mögött.

Ilyen volt a 2000-es évek elején az Ikea európai áruházaiiba szállított kiskereskedelmi forgalma-

zásra kerülő ajándékdobozok vagy egy nagynevű multinacionális telefontársaság európai gyárába történő csomagolóeszköz-szállítás.

Miben kell verhetetlennek lenniük?

A formatervezésben, az európai trendek ismeretében mindig elől járunk, legyen az élelmiszer-, ital- vagy ajándékcsoomagolás. Ezt követően elengedhetetlen, hogy szakmai stábunk (tervezők, gyártás-előkészítők, üzemvezetők) maradéktalanul ismerje az alapanyagok mindegyikét és annak tulajdonságait. Ezen túlmenően minden költséget optimális szinten kell tartani, a kiadott árakat filléres pontossággal megtartani.

Munkaszervezés, termelő szoftver

Munkaszervezésünk sajátossága, hogy a bent lévő megrendeléseket folyamatos kontroll alatt tartjuk, egészen a kiszállítás pillanatáig. A termelés irányítási rendszerének a használatán túl napi szinten értekezünk a bent lévő munkákról.

Saját technológia, alapanyag

Saját fejlesztésű technológiánk nincs, ha még emlékszik a piac, a kilencvenes évek elejétől a 2000-es évek közepéig nagyon elterjedt volt a kétrétegű natúr, fehér, színes alapanyagból készült mikrohullámú termékek, például papírtáska, boros doboz, mappák, egyéni ajándék csomagolások, melyek vakdomborítás segítségével voltak egyediesíthetőek. Joggal mondhatjuk, hogy ezt az alapanyagot a mi cégünk honosította meg a magyar piacon. A mi nevünkhöz volt köthető az ezekből készült termékek legalább 80%-a. Mára ez a termék divatjamúlt, a megrendelők kevésbé igénylik az ezen termékből készült dobozokat. Marketingjelzővel mondhatjuk azt is, a termék elfáradt.

Milyen gyakran változnak a megrendelői igények?

A trendek változása kb. öt-hét éves ciklusra tehető. Természetesen azon belül az adott szín vagy felületnemesítés jellege gyorsabban változik.

Mit értek ezalatt? Öt évvel ezelőtt 200 g fölötti papírból készült papírtáska szóba sem jöhetett volna a vevői igényekben. Mára ez megváltozni látszik.

Öt évvel ezelőtt merevfallú kasírozott dobozok alig voltak ismertek a magyar piacon. Mára ez is jelentős igényként merül fel. Az is megfigyelhető, hogy a trendek változását mindig a luxuspiacon generálja, a luxuspiacon kivitelezései csorognak le az ipar más területeire.

WITTENBERG KFT.

Hauser Balázs ügyvezető igazgató

www.nyiss.hu



A Wittenberg Kft.-t 1996-ban grafikai és nyomdai megoldásokra alapítottuk. Egy évtizede kreatív megújulásként indítottuk a Nyiss műhelyt, amelynek profilját a csomagolásdizájn, a különleges papírmechanikás képeslapok, DM-speciálisok adják.

A térbeli papírszerkezetek tervezése a modellezéssel kezdődik, ezt korábban kézi eszközök (olló, sniccer, vonalzó) segítségével végeztük. A tervezés precizitása és gyorsasága érdekében beszereztünk egy Graphtec plottert, amely 90 × 60 cm-es felületen metszi és bigeli a papírt, a számítógépen megtervezett stancrajz szerint.

Az elfogadott tervek alapján a Percprint digitális nyomdával együttműködve színes nyomatot készítünk, az azon elhelyezett illesztőjeleket érzékelve a plotter a grafikához igazodva dolgozhat. Így kisebb csomagolások, képeslapok esetében 1:1-es színhelyes mintát kapunk, a nagyobb munkákat kicsinyítve modellezzük le. Az elfogadott minta alapján nyomtatható anyagot készítünk, és azt különböző nyomdaipari alvállalkozókkal gyártatjuk le. Ezek általában nyomdák, stancüzemek, szociális foglalkoztatók, szitaműhelyek, a mérettől és az elfoglaltságtól függően.

Termék

A legtöbbször egyedi, újszerű anyagokat várnak tőlünk ügyfeleink. Ebből következik, hogy számunkra a legnagyobb kihívás elsőszeriás termékek gyártási folyamatainak beütemezése, menedzselése, nem ritkán a marketingosztályok döntési folyamatai miatt vésszen fogó kivitelezési idő kezelése.

Kihívás

Évekkel ezelőtt érdekes feladatnak bizonyult 65 000 db felpattanó kocka DM legyártása, melyeket HVG-be behúzásként helyeztek el. A nagy mennyiség komoly logisztikai kihívást jelentett. Papírmechanikás megoldásokra általában néhány ezres mennyiségben van igény, ezúttal egy sokszoros kapacitás után kellett néznünk. Ebben a termék kategóriában a kézi összeállítást nem tudja gépsor kiváltani. A megoldást több össze-



állító üzem együttes bevonása jelentette. A munka oroslánrészét a vidéki szociális foglalkoztatók végezték. Az egyedi ötletek könnyen vezetnek meglepetésekhez. Egy alkalommal a VW Jetta hosszúságával azonos mérőszalagot terveztünk elhelyezni egy reklámanyagban. Az idő múlásával az aktuális készletek lepadtak, mire megrendeléshez érkezett a projekt, az országban nem volt meg a kívánt szalagból szükséges 35 kilométernyi.

Versenyképesség szempontjából...

...a legfontosabb, hogy kiszámítható végeredményt produkáljunk. Nagy biztonságot jelent a teljesen digitális modellezés, amely az ügyfél számára nagyobb biztonságot, pontosabb képet nyújt az elvárható végeredménnyel kapcsolatban. Ügyfeleink sok esetben alacsony büdzséből szeretnének izgalmas megoldásokat kapni. A mi feladatunk, hogy az ár, minőség, határidő tényezők optimális együttesét megtaláljuk. A munkák szervezése során alkalomszerűen külső tervezőkkel is szívesen dolgozunk. Célunk több kreatív inspirációt bevonni az együttműködés, ötletelés, tervezés során.



A Xerox azonnali megoldást kínál a hazai csomagolóiparnak



Ha nagy nehézségek, áldozatok árán is, de túljutott a válságon a szakma, és lassú emelkedés várható a hazai csomagolóiparban az elkövetkező években – derül ki a GKI Digital online és telefonos adatfelvétellel végzett kutatásából, amelyben a hazai csomagolóipari vállalatok döntéshozóit kérdezték az ágazat helyzetéről, idén szeptemberben. A válaszadók visszajelzéseiből az is kiderül, hogy inkább optimista a hangulat a jövő megítélésekor. A piaci szereplők fele szerint várhatóak beruházások, kapacitásbővítések, és az ezekkel együtt járó hatékonyságnövelés révén mindenképpen fejlődés vár erre a területre.

DRASZTIKUS PIACI ESÉS

Megtizedelte a 2008-as gazdasági válság a hazai csomagolóipart. A megrendelések drasztikusan lecsökkentek, ami miatt a szektor árbevétele a 2008-as 64 milliárd forintról egy év alatt 38 milliárd forintra esett vissza. Ezzel párhuzamosan a foglalkoztatottak száma is meredeken zuhant. Mára a hét évvel ezelőtti közel hatezer fős állományból mindössze 2770 fő maradt meg a cégek alkalmazásában.

LASSÚ KILÁBALÁS

A változás első jeleit 2011-től lehetett tapasztalni, majd 2012-től indult el egy stabilabbnak tűnő bővülési szakasz. Ez elsősorban az export élénkülésének volt köszönhető, mert a belső kereslet immár három éve stagnál. A szektor jövedelemtermelő képessége azonban továbbra sem mutat jelentős erősödést. A 2014-ben elért 48 milliárd forintos árbevétel mellett mindössze 200 millió forintos mérleg szerinti eredményt értek el a szektor szereplői.

KI KELL TÚNNI A VERSENYTÁRSÁK KÖZÜL

Mindamellet, hogy a megrendelések számának növelése érdekében a piacképes ár a szektor háromnegyedénél jelenti a stratégia fő alappillérét, a legtöbb cég törekszik arra, hogy versenyképességét az általa kínált minőségi szolgáltatásokkal erősítse. Ennek megfelelően a vevői igényekhez való gyors alkalmazkodás, a kisebb számú és egyedi megrendelések teljesítése szintén egyre jelentősebbé válik az ügyfélszolgálatban – derül ki a GKI Digital kutatásából. Mindez együtt





jár azzal is, hogy a személyre szabott megoldások, az eredetiség, a kreatív új ötletek vagy a szezonálisan változtatható csomagolások hosszú távon olyan szemponttá válhatnak, amelyek döntőek lehetnek az ügyfelek szemében a csomagolóipari cég kiválasztásánál.

TÖBB TÍZMILLIÓS BERUHÁZÁSOK ELŐTT ÁLLUNK

A szektor szereplőinek optimizmusa a beruházások tervezésekor érhető tetten. A felmérés adatai szerint a csomagolóipari cégek 70 százaléka szeretné bővíteni a kapacitását, és elsősorban csomagolóanyag-gyártó gépeket akarnak vásárolni. Jellemzően az elkövetkező egy-három éven belül képzelik el a berendezések beszerzését. A főként pályázati forrásokból és saját tőkéből finanszírozott vásárlások többsége (58 százaléka) meghaladja majd a 40 millió forintos értéket.

A beruházást tervező csomagolóipari cégek számára egyértelműen a kapacitásbővítés és a technológia fejlesztése az elsődleges feladat, mellyel egyidejűleg a hatékonyság növelése is a cél. A következő három évben beruházást tervező cégek számára az általános géppark fejlesztése a legfontosabb szempont. Ugyanakkor az új beszerzésekkel növekszik a digitális nyomdagépek használata is a szektorban. A megkérdezettek nyolc százaléka már ilyen típusú berendezéssel akarja a kapacitásait bővíteni. Ezzel együtt a piac szereplői úgy látják, hogy a digitális nyomtatás hosszú távon jelentősen átalakíthatja a csomagolóanyag-gyártás folyamatait, miután a növekvő egyedi igényeket ezzel a technológiával lehet gazdaságosan és gyorsan kiszolgálni.

A XEROX AZONNALI MEGOLDÁST KÍNÁL A HAZAI CSOMAGOLÓIPARNAK

A digitalizáció csomagolóipari előretörésében a nyomdai berendezéseket gyártó vállalatok is komoly növekedési lehetőséget látnak. Ennek

megfelelően a Xerox az elsők közt hajtott végre jelentős fejlesztéseket ezen a területen, és a közelmúltban sikerrel vezette be idehaza is a legújabb digitális nyomdagépét, az iGen@5 Press-t, amely a lapkapacitás, a felhasználás módja és a színigények kapcsán egyaránt alkalmazkodik az egyedi csomagolóipari elvárásokhoz, miközben a rendelkezésre állásban egyedülálló a piacon. A berendezés további előnyei közé tartozik az opcionálisan választható ötödik színegység, amely alkalmas arra, hogy a gép termelékenységgel és visszaesés nélkül növelje a színteret akár Pantone-színskálába tartozó, akár ismeretlen direkt szín esetében. A narancs, a zöld vagy a kék színek egészítik ki a CMYK skálát, így lehetővé válik a márkaszínek pontos megjelenítése is. A különböző színek egyezése, a munkabeállítási és a minőség-ellenőrzési automatizálás pedig olyan megoldások, amelyek biztosítják a berendezés maximális üzemidejét, és ezzel együtt a még jövedelmezőbb nyomtatás lehetőségét. Az iGen@ 5 Press specifikációi közé tartozik a választható fényes vagy matt festékopció, amelynek köszönhetően egyedi és szemet gyönyörködtető végeredmény születhet. A kifogástalan nyomtatásról a 2400 x 2400 dpi felbontás, az Object Oriented Halftoning, a Xerox Confident Color és az Auto Density Control megoldások gondoskodnak, illetve a berendezést felszerelték az IntegratedPLUS Finishing és a Dual Mode Sheet Feeder munkabefejező megoldással is. Médiakezelése egyedülálló, hisz a B3-asnál is nagyobb, 364 x 660 mm nyomtatási mérettel rendelkezik, és akár 640 mikron vastagságig képes nyomtatni ofset médiákra is a berendezés, rendkívül kedvező, 7/24-es üzemeltetés mellett.

További információk a Xerox Magyarország csomagolóipari vállalkozásoknak kínált berendezéseiről a www.xerox.hu oldalon találhatóak.

Eredményes Horizon Akadémia start:

AZ ÚJ TRÉNINGKÖZPONT LENYŰGÖZTE A LÁTOGATÓKAT

A Hamburg melletti Quickborn egy teljes héten át a nyomdaipar hotspotjaként működött: A Horizon Akadémia megnyitóján (szeptember 14–18.) több mint 200 nyomdaipari szakember találkozott a Horizon új tréningközpontjában, hogy megtapasztalja milyen lesz a nyomdai feldolgozás jövője.

Az új bemutatóterem a látogatóktól csak a legjobb osztályzatokat kapta. A Horizon cég több mint 1300 m² területen folyamatosan több mint húszféle megoldást kínál minden kompetenciatarományra, működés közben. Különleges fénypontot jelentettek ezeken túlmenően a gyakorlati bemutatók a Horizon Smart Finishing megoldásokkal, melyeken a vendégek impozáns egyedi termelési folyamatokat láthattak



különböző könyvek és broszúrák előállításáról. A programot a digitális nyomtatási, papír- és software-gyártói területről való partnerek szakmai előadásai tették teljessé.





„A lehengerlően pozitív visszajelzés az új bemutatótermünkkel kapcsolatban igazolja, hogy néha az innovációt egészen közlelről, közvetlenül kell megtapasztalni a lehetőségek felismeréséhez” – nyilatkozta Rainer Börgerding, a Horizon GmbH ügyvezetője. „Ezen túlmenően a Horizon Akadémiával szeretnénk hozzájárulni az iparág belső párbeszédéhez. Ezért is szolgál legnagyobb örömrünkre, hogy a nyílt napokon különösen sok intenzív beszélgetés konkrét projektté és átfogó trenddé formálódhatott.”

A LÁTOGATÓK IGAZOLTÁK: A HORIZON HELYES STRATÉGIÁT VÁLASZTOTT

A már meglévő ügyfelek mellett sok érdeklődő használta fel a nyílt napokat arra, hogy informálódjon a Horizon-kínálatról és a nyomdai feldolgozás aktuális helyzetéről. Motivációként az érdeklődők gyakran a megváltozott piaci és ügyféligenyeket a rugalmas megoldásokra, rövid áttállási időkre és legmagasabb fokú hatékonyságra jelölték meg. Az élő bemutatók a rendszermegoldásokról, az irkafűzés, hajtogatás, ragasztókötés, vágás, fóliázás és stancolás területéről, gyakorlati termelési körülmények között, egyöntetűen igazi döntési segítségként, inspirációforrásként lettek értékelve.

„A Horizon Akadémia látogatói világosan fogalmaztak: a csökkenő példányszámok, szoros határidők, a megszemélyesítés aktuálisan a leg-sürgetőbb kihívások” – nyilatkozta Rainer Börgerding. „Az összpontosítással a rövid áttállási időkre, az automatizálás és integrálás a prepress területen, a nyomtatás és nyomdai feldolgozás területén, igazolják, hogy a Horizon a megfelelő stratégiát követi, ahogyan azt ügyfeleink és az érdeklődők újra és újra megerősítették.”

NYOMDAI FELDOLGOZÁS.

TELJES ERŐVEL ELŐRE.



A Horizzonnal a nyomdai feldolgozás folyamatában gyorsan és biztosan célhoz ér. Innovatív gépek, melyek hatékony és egyéni megoldásokat kínálnak a munkafolyamatokban - automata, nagy pontosságú és könnyen kezelhető berendezések. Győződjön meg személyesen: www.horizon-austria.at



TÚZÉS. HAJTOGATÁS. RAGASZTÓKÖTÉS. VÁGÁS. FÓLIÁZÁS. STANCOLÁS.

A PONTOS MEGOLDÁSOK.

Horizon
NYOMDAI FELDOLGOZÁS.

A legjobb ötletek ahhoz, miként hozhatjuk ki a legtöbbet a web to print szolgáltatásból



Ma már nem az a kérdés, hogy nyomdai megrendelők igénylik-e a web to print (W2P) szolgáltatást, hiszen az már felfelé ívelő tendenciát mutat. Sokkal inkább arról van szó, milyen befektetésre vagy tervezésre van szükség ahhoz, hogy a legtöbbet kihozzuk a lehetőségből.

A Canon megbízásából 2014-ben készített független kutatás megállapítása szerint a W2P szolgáltatások 2012¹ óta egész Európában, a Közel-Keleten és Afrikában több mint 50%-kal bővültek. Ez a növekedés a W2P-nek a megrendelők számára nyújtott előnyökből származik. Ilyenek egyebek között az egyszerűbb beszerzési folyamat, a rövidebb átfutási idő, az átlátható költségek és a már-kommunikáció erősebb irányíthatósága.



Viszont a kutatás azt is feltárta, hogy a nyomtatási szolgáltatóknak (PSP) csak az egyharmada tervez W2P szolgáltatást², ami felveti a kérdést: *miért tántog ilyen szakadék a kereslet és a kínálat között?*

Úgy tűnik, hogy miközben a külső és házon belüli szolgáltatók felismerik a W2P-ben rejlő üzleti előnyöket, addig sokan bizonytalanok abban, hogyan lépjenek a piacra, vajon jót tesz-e az üzletnek, vagy már le is értékelődött a megoldás a bevezetését követő első kudarcok után.

Ezeket a gondokat és kihívásokat azonban, a Canon tapasztalata szerint, le lehet küzdeni (vagy meg lehet előzni), ha nem hagyunk figyelmen kívül három fontos területet:

- *Felhasználói oldal* (beleértve a promóciót, a marketinget, az értékesítést és az üzletfejlesztési stratégiát),
- *Köztes terület* (a felhasználói tapasztalatok tanulmányozása),
- *Kiszolgálói oldal* (munkafolyamat-automatizálás és eseménynaplózás).

Sikeres W2P szolgáltatás létrehozásához először gondoskodni kell a biztos kiindulóponttól, meg kell teremteni annak lehetőségét, hogy a nyomdai szolgáltatók és a házi nyomdák megépíthessék az alapokat, majd kialakíthassák a jövő sokkal fejlettebb szolgáltatásának szilárd infrastruktúráját.

FELHASZNÁLÓI OLDAL

1. LÉPÉS. Mint minden más megoldásnál, a PSP-nek ebben az esetben is meg kell állapítania, hogy a W2P szolgáltatás jelent-e bármilyen előnyt a vásárló számára. Következésképpen létfontosságú az, hogy a PSP megtalálja azt az alkalmas vásárlót (vagy részleget), akinek a W2P szolgáltatás a legtöbb előnyt nyújtja. Ha például Önnek, mint nyomdai szolgáltatónak, olyan franchise jogokkal rendelkező ügyfele van, akinek egységesített nyomdai szolgálta-

tásokra van szüksége. Ilyen lehet például egy globális gépkocsigyártó, akinek következetes márkamegjelenésre van szüksége a kereskedői hálózatban terjesztett összes nyomtatott termék esetében. Ha a házinyomdákra gondolkunk, talán akad olyan részleg, amelyik azt tapasztalja, hogy a nyomtatás kiszervezése magas költségekkel jár.

2. LÉPÉS. Előnyös, ha a PSP olyan ügyféllel működik együtt, akivel már eredményes kapcsolatot alakított ki. A W2P megoldás megvalósítása progresszív folyamat, amely időt és megértést igényel az adoptálási szakaszban, ezért fontos, hogy mindkét fél felismerje azt, hogy együtt kell működni. Házinyomdák esetében ajánlatos olyan vezetővel tartania a kapcsolatot, akiről tudja, hogy fogékony az új ötletekre és módszerekre.

3. LÉPÉS. Kulcsfontosságú az ügyfél szükségleteinek és érdekeinek megértése – jellemzően ezek közé tartozik a branding, a termékkiválasztás, a felhasználói hozzáférés, a számlázás és a fizetés. Ezeket a területeket egy egyszerű kérdőívvel fel lehet mérni, amely azokat a kritikus témaköröket tartalmazza, amelyek a későbbiekben akadályt jelenthetnének. Ilyen például az ügyfél digitális tulajdonának, például képeknek és logóknak megóvása, még mielőtt életbe lépne a szolgáltatás. Ezeket a szempontokat mind be lehet építeni a W2P rendszerbe.

4. LÉPÉS. Miután a PSP kiválasztotta az ügyfelet, ki kell dolgoznia egy olyan világos üzleti tervet, amely körvonalazza, hogyan fogja elindítani és promótálni a kezdeményezést. Azon túl, hogy W2P-rendszert össze kell kapcsolni a PSP egyéb szolgáltatásaival, a megoldás gördülékeny megvalósítása külön időt és pénzügyi forrást igényel. Ez a következőket jelenti:

- ♦ A marketingbűdzsé elkülönítése.
- ♦ Legalább egy belső támogató a legfelső vezetői körből és egy szakember a projektszoponton belül, aki a szolgáltatást működteti. Ez segíti a rendszer üzletszerű és zökkenőmentes alkalmazását, és gondoskodik a potenciál kihasználásáról.
- ♦ A W2P szolgáltatás népszerűsítése a vállalkozás weblapján, korszerű dizájnnal és felhasználói felülettel, amely összhangban van a többi e-commerce platformmal.

- ♦ Meg kell tanítani az értékesítési csapatot arra, hogyan kell hatékonyan használni a W2P rendszert, beleértve a demonstrációs lehetőségeket, amellyel szimulálni lehet a leendő ügyfél üzletvitele szempontjából fontos projekteket.
- ♦ Az ügyféllel/részleggel kötött írásos megállapodás a W2P portálnak az ügyfél saját weboldalán történő használatáról (adott esetben) a tudatosság fokozása, a forgalom növekedése és azoknak a szolgáltatásoknak a kiterjesztése érdekében, amit az ügyfél kínál a végfelhasználónak, beleértve a nem nyomtatási célú elemeket is (adott esetben).
- ♦ Biztosítani kell az ügyfél/részleg weboldaláról készített képernyőfelvételek engedélyezését, amelyeket esettanulmányként lehet használni a későbbi sajtóanyagokban.

KÖZTES TERÜLET

A köztes területnek – a W2P portál kliens felőli oldalának – azon az elven kell működni, hogy mindig a legegyszerűbb a legjobb. A felhasználói élmény fenntartásának érdekében a felhasználó felületnek olyan intuitívna kell lennie, hogy néhány kattintással könnyen lehessen navigálni. Más online felhasználóhoz hasonlóan a nyomdai megrendelők is olyan élményt szeretnének kapni, ami már ismerős és összhangban van a többi e-commerce platformmal, beleértve a nyomdatermékek egyszerű és hatékony megrendelésének lehetőségét mobil eszközökről.

Ahhoz hogy ezt elérjük, a PSP-nek tisztában kell lennie néhány fontos szemponttal:

- ♦ Elég időt kell fordítani az ügyfél/részleg munkatársainak oktatására ahhoz, hogy hozzáértéssel használják a szoftvert, és tisztában legyenek azzal, milyen üzleti előnyt jelent a megoldás az ügyfél számára. Ez lehetővé teszi a szoftver képességeinek maximalizálását, és minimalizálja az elfogadattási fázisban felmerülő problémák számát.
- ♦ A kezdeti időszakban a W2P portálnak leginkább a gyakran megrendelt és nem túl bonyolult termékekre és szolgáltatásokra kell fókuszálnia, hogy az egész folyamat a lehető legegyszerűbb maradjon a tesztelési fázisban mind a PSP, mind az ügyfél számára.
- ♦ Ellenőrizni kell, hogy milyen böngészőprogramot használ az ügyfél/részleg, mivel fontos, hogy a felület jól olvasható legyen, például kerülni kell a különleges betűtípusokat.

- ♦ Gondoskodni kell arról, hogy a felület rugalmasan változó méretű sablonokra (responsive templates) épüljön, és mobil nézetre legyen optimalizálva.

Egy az ügyfél/részleg igényeire szabott, egyszerűen használható felület kialakításával, a papír-típus-kiválasztással rendelkező, a layoutot és a finishinget is megjelenítő WYSIWYG (What You See Is What You Get) képernyős proofolással a PSP jelentősen növelheti a W2P szolgáltatás értékét. A szolgáltatás által kínált egyszerűség és a fokozott kontroll lehetőségének bemutatásával demonstrálni lehet, hogy mennyivel kedvezőbb az ügyfél/részleg számára a W2P, mint a PDF-fájlok e-mailen történő küldése.

Ha a nyomdai szolgáltató vagy a házi nyomda megtalálta a működő W2P portál sikeres receptjét, akkor erre, mint követendő példára kell tekinteni a más ügyfelek számára készülő rendszerek fejlesztése során. Ezzel időt és költséget lehet megtakarítani, hiszen nem kell mindent előlről kitalálni.

KISZOLGÁLÓI OLDAL

A W2P legkedvezőbb megtérüléséhez bizonyos szintű munkafolyamat-automatizálásra van szükség. Ez nem csak felgyorsítja a folyamatot, de az emberi hiba lehetőségét is csökkenti. Habár elméletileg a teljesen automatikus működtetés is lehetséges lenne, mint például a 24/7 automatizált üzleteknél, ez a valóságban ritkán történik meg. Bizonyos elemek automatizálására lehetőség van, például a W2P rendszeren belül ellenőrzött (preflighting) fájlok mind a nyomdai szolgáltatónál, mind az ügyfélnél megnövelhetik a termelés hatékonyságát.

A W2P vonatkozásában az egyik legértékesebb szempont a menedzsment jelentés, ami az alábbiakat nyújtja:

- ♦ Adatszolgáltatás a menedzsment információs rendszerbe (MIS, Management Information System) a számlázáshoz és cash-flow optimalizáláshoz.

- ♦ A proaktív számlavezetés támogatása, összhangban az SLA-val, amit a PSP-nél és az ügyfelénél is ellenőrizni lehet.
- ♦ Helyszíni lehetőségek és tendenciák felismerése az ügyfelek/részlegek összehasonlítása alapján végzett eltéréselemzéssel, amelyből kiderül, melyik alkalmazás bizonyult a legnépszerűbbnek és melyekre kell a jövőben nagyobb figyelmet szentelni.

ÉS HOGYAN TOVÁBB?

Érdekes a nyomdai szolgáltatóknak és a házi nyomdáknak azokat a beszállítókat és független tanácsadókat is megkeresniük, akik képesek józanul ellenőrizni a terveket és tájékoztatást adni a W2P világának legújabb irányzatairól és lehetőségeiről. Fedezze fel web to print lehetőségeit, és mérje fel, hogyan segíthetnek ezek az üzlet felvirágoztatását az egyre növekvő webcentrikus világban.

A további részletekkel kapcsolatban keresse a Canon munkatársait a sales@canon.hu e-mail címen.

1 Canon, Insight Report: Building your future with print, 2014

2 Canon, Insight Report: Building your future with print, 2014

Fordította: Keresztes Tamás



Canon

PRISMAdirect

A Canon-fejlesztésű web to print szoftveres megoldásról további audiovizuális információk:
<https://goo.gl/9ciHUc>



Alföldi Nyomda Zrt.

Faludi Viktória

Befejeződött a debreceni Alföldi Nyomda Zrt. könyvgyártási technológiájának komplex innovatív fejlesztési projektje. Megtörtént egy nyolc nyomóműves nyomógép beüzemelése, amely jelentősen hozzájárul a könyvek alkoholmentes nyomtatásához és a papírvesztés csökkentéséhez. A kötészeti üzembe új irkafűző és frontvágó beszerzése történt meg, jelentős innovációs kutatással. A projekt második szakaszában a nyomtatási és a könyvkötészeti technológia fejlesztéséhez újabb innovatív eszközök érkeztek, ami a munkakerő-állományuk emelkedését is eredményezte. Az előző évhez képest az átlaglétszám 15 fővel nőtt.



A beruházásavató ünnepség és a sikeresen lezajlott tankönyvgyártási hajrá után kérdeztük György Gézát, az Alföldi Nyomda Zrt. vezérigazgatóját, hogyan látja a 2015-ös évet?

Az év nagy eseménye volt számunkra, hogy egy konzorcium élén sikerként könyvelhetjük el a tankönyvgyártás pontos teljesítését. Több nevesített és nem nevesített alvállalkozó részvételével összesen több mint 1000 címet és több mint tíz-



millió könyv legyártását jelentette a tankönyvszezon számunkra. A gyártásra gyakorlatilag bő két és fél hónap állt rendelkezésünkre. A legnagyobb kihívást az jelentette, hogy míg az előzőekben a papírbeszerzést a kiadók intézték, addig ebben az évben az állam ezt a feladatot áthárította a kivitelezőre, ami nagy előkészületeket igényelt az anyagbiztosítás frontján. A konzorciumi együttműködés során a több vállalati kultúra összeegyeztetése sok szervezést igényelt, de sikerrel megoldottunk minden szakmai feladatot. A megrendelt tételeket kivétel nélkül, pontosan, időben szállítottuk. Összességében a hazai nyomdaipar büszke lehet erre a teljesítményre.

Miért most valósult meg a beruházás?

A magyar könyvpiac 2008-tól 2011-ig tartó csökkenése megállt, most enyhén növekvő tendenciát tapasztalunk, aminek minden előnyével és veszélyével számolunk. Az új beruházások már éppen időszerűek voltak, készültünk rá, terveztük, és sikerült jelentős uniós pályázati támogatást is nyernünk, ami segítette a gyors megvalósulást. Természetesen a beruházás forrásszükségletét a pályázati támogatás csak kisebb mértékben fedezi, azt nagyjából saját forrásból, illetve lízingből valósítjuk meg. A beruházás a nyomókapacitásban jelentkező szűk keresztmetszet feloldását valósítja meg, ugyanakkor műszakilag

egy korszerűbb, magasabb minőségi és környezetvédelmi követelményeket kielégítő gépparkbővüléssel gazdagodunk. Az új B1-es, nyolc nyomóműves, alkoholmentes nedvesítésű, XL-106 típusú Heidelberg nyomógép telepítése a tankönyvgyártási munkálatok közepette történt, fennakadás és meghibásodás nélkül mára már 19 millió fordulatot futott. A nálunk készülő termékek kétharmada könyv, ezek közül is 15–20 százalék keménytáblás. A többi kartonált, de például a tankönyvgyártás során sok könyv készült cérnafűzéssel. Tömeges minőségi könyvgyártásra vagyunk berendezkedve, de speciális igények, mint a flexibilis tábla vagy a fűlés fedél sem okoz gondot akár kis-, akár nagytételről van szó.



Az exportpiac igényeiről Salamonné Papp Katalin exportosztály-vezetőt kérdeztük.

A külföldi megrendelők bizalmát elnyerni csak pontos és hibátlan teljesítéssel lehet. A nálunk készülő könyvek kiváló minősége a világ bármely piacán megállja a helyét, de a partnerek kiszolgálása mind határidő, mind szakmai szempontból megköveteli a kivitelező gárda felkészültségét és rugalmasságát. A német és a román megrendelések teszik ki az exportmunkáink zömét. Igyekszünk személyes viszonyban lenni a kiadókkal, és olyan, szinte baráti kapcsolatba kerülni partnereinkkel, hogy jó hírünket vigyék. Az elégedett megrendelő a legjobb ajánlólevél, de ugyanakkor minden alkalmat megragadunk, hogy szem előtt legyünk, hagyományosan ott vagyunk a külföldi és hazai vásárokon, kiállításokon. Szeretjük vendégül látni itt a nyomdában a megrendelőket, sokszor meglepődnek a modern gépsorok láttán, hiszen a gépparkunkkal nemzetközi összehasonlításban sem kell szégyenkeznünk. Az ötfős exportteam a megrendelő ké-

nyelmét szolgálva biztosítja a kommunikációt a megrendelő és a termelés között. Szerencsére gyakran örülhetünk a pozitív visszajelzéseknek, amikor a leszállított könyvek megérkezése után a megrendelő elégedett és elismerő szavakkal illeti munkánkat.

AZ ÚJ BERUHÁZÁS A TERMELÉS SZEMSZÖGÉBŐL



Pék Imre termelési és programozási osztályvezető

Vezérigazgatónk szállóigévé vált mondatát, ami így kezdődik: „A debreceni könyvgyártás több mint négyszáz éves hagyományát őrző Alföldi Nyomda...” annyival egészíteném ki, hogy ez a 454 év nem azt jelenti, hogy ennyire öregek vagyunk, hanem azt, hogy a nyomda kollektívája generációról generációra képes a megújulásra. Felelősségünk és kötelességünk, hogy a megvalósult álmainkból építsük tovább a jövőnket.

A hét szűk esztendő, ami a 2008-ban kezdődő válság után sújtott bennünket, bőven adott időt arra, hogy kigondoljuk, pontosan mire van szükségünk. A nyomógép-beruházás éppen a legjobbkor történt. Gépparkunk mind technológiában, mind életkorban megérett a cserére. A legkorszerűbb színellenőrzési rendszerrel felszerelve a ma elvárt minőség teljesítése könnyebbé válik számunkra ezen a nyolc nyomóműves ívforgató berendezésen, ahol gyártásunk hatékonyabb az ívoszlopok tárolása, forgatása nélkül. Az Alföldi Nyomda, mint Magyarország piacvezető könyvgyártója a minőséggel kapcsolatos igényessége miatt nem csupán az adott munka megtérülését tartja szem előtt, legalább ennyire fontos számunkra a nyomda szakmai presztízse.



Vas Zoltán termelési fősztályvezető

A gépek alapozása és a termelés folyamatos zavartalan futása párhuzamosan elég nagy rugalmasságot, találékonyságot és szervezést igényelt. Gyakorlatilag a tankönyvgyártás elején helyeztük üzembe az új nyolcszínűs Heidit úgy, hogy a telepítés után gyakorlatilag egy héttel már a maximális 18 ezer ív/órás teljesítménnyel futott a berendezés. Alig több mint negyedóra alatt lezajlik az átállás lemez-, papír- és festékcseré tekintetében. A memóriában őrzött adatok alapján a már ismert adatok pár kattintással előhívhatók, beállíthatók.



Glattfelder Béla, államtitkár

A másik új berendezés, az új öt nyomóműves, lakkos gép a négy plusz direktszínűs belívek és a füles könyvfedelek nyomtatásához a felmerülő igényeket jól kiszolgálja. A speciális igényeket alvállalkozói kapcsolataink segítségével oldjuk meg.

Ezeket túl a gépteremben még egy új heat-set tekercsnyomó gép kerül telepítésre, amivel a meglévő 16 oldalas gépet egy 32 oldalas berendezésre váltjuk fel. A könyv- és a tankönyvgyártásban is igény van erre a kapacitásra, ugyanakkor a meglévő reklámújságok és periodikák megrendelői igényeit is szem előtt tartjuk, mivel ez a piaci szegmens is fontos számunkra.

ÚJ GÉPEK AVATÓÜNNEPSÉGE

A beruházásavató ünnepségen részt vett Glattfelder Béla, a Nemzetgazdasági Minisztérium gazdaságyszabályozásért felelős államtitkára, Kósa Lajos, a Fidesz országgyűlési frakcióvezetője, Komolay Szabolcs alpolgármester és György Géza vezérigazgató.

„A 340 embert foglalkoztató debreceni nyomda a legrégebbi, négy és fél évszázada folyamatosan működő hazai vállalat és teljes egészében magyar tulajdonban van. Ezért a cég jövője ki-



Kósa Lajos, a Fidesz országgyűlési frakcióvezetője



A szalag átvágása



György Géza vezérigazgató



Befejeződött a komplex innovatív könyvgyártási technológia fejlesztése az Alföldi Nyomda Zrt.-nél. Európai uniós támogatásból a különböző példányszámú nyomtatást költséghatékonyan valósítjuk meg. A beruházás eredményeként a kötetzeti technológia vágási technológiával integrált fejlesztésével új kötésmódot fejlesztettünk ki. Az Alföldi Nyomda Zrt. 545,8 millió forint vissza nem térítendő támogatást elnyert, 1,392 milliárd forint összköltségű projektje a könyv- és prospektusgyártás fejlesztési lehetőségét biztosítja.

emelt jelentőségű az ország számára” – mondta Glattfelder Béla a fejlesztés utolsó elemének átadásán.

„A könyvnyomtatás – általában a nyomtatás – az internettel versenyez, amely rendkívül gyors információáramlást tesz lehetővé. A mostani nyomdagép-beruházás gyorsítja a folyamatokat, tehát növeli a cég versenyképességét” – összegezte az államtitkár.

„A négy milliárd-kétszázmillió forint éves árbevételű nyomda az innovatív, gyors fejlődés útját járja, ami egybeesik a város törekvéseivel” – hívta fel a hallgatóság figyelmét Komolay Szabolcs, Debrecen alpolgármestere, aki a munkahelyteremtés jelentőségét is kiemelte.

„Debrecenben azt a célt tűztük ki magunk elé, hogy munkát tudjunk adni mindenkinek, aki szeretne dolgozni ebben a városban. Ennek megfelelően tevékenykedünk és ennek a része ez a beruházás” – hangsúlyozta az alpolgármester.

Az Alföldi Nyomda folytatja a fejlesztést. Idén 600 millió forintot fordít a legkorszerűbb technológiák beszerzésére a debreceni cég, hogy hazai és nemzetközi viszonylatban is tovább tudja növelni versenyképességét.

A GOP-1.3.1-11/A-2012-0348 azonosító jelű projekt célja olyan gyártási technológia bevezetése volt, amely lehetővé teszi a könyvek alkoholmentes nyomtatását és a felhasznált különböző fajsúlyú papírokon a veszteség jelentős csökkentését. A kutatási tevékenység egy része arra irányult, hogy a beszerzésre kerülő nyomógépek nedvesítő folyadék összetételének meghatározó paraméterei és annak változásai milyen hatással vannak a minőségre és milyen eljárásokkal lehet ezt stabilizálni.

A projekt részeként nyolc nyomóműves Heidelberg nyomdagép került beüzemelésre, amely meghatározó mértékben hozzájárul a könyvek

alkoholmentes nyomtatásához és a papírvesztesség csökkentéséhez. A kötetzetbe új irkafűző és frontvágó beszerzése történt meg jelentős innovációs kutatással. A projekt második szakaszában a nyomda- és a könyvkötészeti technológia fejlesztéséhez újabb innovatív eszközök érkeztek. A projekt két kutatás-fejlesztési része során a folyadék-összetétel és a nyomtatási technológia vonatkozásában vizsgáltuk a komplex szűrési megoldásokat, valamint a legmegfelelőbb nedvesítő adalékokat, amellyel a nedvesítő folyadék használati ideje lényegesen növelhető. A nyomatok színhelyességének mérése céljából Inpress Kontrol berendezés került beszerzésre. Az X-Rite eXact Advanced spektrofotometer a négy színű nyomatok ellenőrzését teszi lehetővé. Várhatóan 25%-kal csökken a vízadalék felhasználása és a festékhasználat mennyisége 10%-kal lesz kevesebb. A gyártási feltételek megteremtése és a paraméterek összehangolása révén az egy könyv nyomtatására eső fajlagos költséget minimalizálni tudjuk.

A beszerzett autófűző sor és a fülesfedél-készítő gépsor, az automata fóliázó berendezés és a hajtogatógép lehetővé teszi a kötetzeti technológia fejlesztését. Az új kötésmód alkalmazásával a költséghatékonyság növekedése mellett a termékskála bővítésének lehetősége nyílik meg. A frontvágó gépsor alkalmazásával a termelés hatékonysága növekszik, mivel az eddigi három helyett egy menetben történik a gyártás, ezáltal csökken a gyártáshoz szükséges gépidő és nő az energiamegtakarítás. A korábbiól eltérően a ragasztóanyag mennyiségének jelentős csökkenését eredményezi.

A beruházás 2015. október 1-jéig az Európai Unió támogatásával, az Európai Regionális Fejlesztési Alap finanszírozásával valósult meg.



25 éves a Partners!

2015. szeptember 10-én, Bugyi községben, festői környezetben, a Forster Vadászcastélyban ünnepelte a partners Kft. százfős vendégsereg részvételével negyedszázados fennállását. Ratkovics Péter, a cég alapítója és ügyvezető igazgatója felidézte a vállalkozás életének legfontosabb mérföldköveit és fordulópontjait, majd az Esko és Dupont képviselői prezentáltak.

„Célunk, hogy az általunk forgalmazott termékekkel és munkatársaink tudásának és tapasztalatának átadásával megoldást nyújtunk a csomagoló- és nyomdaiparban tevékenykedő partnereink technológiai és üzletfejlesztési elképzeléseihez. Megoldási javaslatainkhoz a teljes technológiai folyamat eszközeit szállítjuk, emellett partnerek vagyunk az optimális konfiguráció kiválasztásától kezdve a szoftverek és berendezések üzembe helyezésén és betanításán keresztül a rendszer folyamatos és hatékony működtetéséhez szükséges technológiai tanácsadásig és terméktámogatásig.

Ennek jegyében képviseljük az iparág világszerte vezető beszállítóit, márkáit, és bővítjük folyamatosan termékpalettánkat. Így hivatalos magyarországi képviselői vagyunk olyan piacvezető nemzetközi cégeknek, mint az Esko, Dupont, 3M, Adobe, Epson, Hasselblad, Cape Systems, TKM Meyer”, összegezte Ratkovics Péter a partners tevékenységét.



TPM és minőség

FÓRUM A MINŐSÉGRŐL XVII. KONFERENCIÁJA

Varga Margit

A konferenciát Fábíán Endre, a PNYME elnöke nyitotta meg. Köszönjük, hogy jelenlétével megtisztelte rendezvényünket! Ezt követően a házigazda Halaspack képviselőjében Bodrogi József elnök-vezérigazgató úr kívánt jó munkát a konferenciához.

A konferencia előadói valamennyien fontosnak találták az összefüggést a TPM és minőség között és részletesen ki is fejtették az álláspontjukat.

Nézzük előadásról előadásra a legfontosabb gondolatokat!

Az első előadó Makai Gábor, az STI Petőfi Nyomda Kft. Technológiai és Lean csoportvezetője *A TPM hatása a minőségre* címmel tartotta meg előadását. A TQM – Total Quality Management-ből indultak el a vállalati kultúra



építésével, amelynek a TPM a fontos építőköve. A vállalat alapvető érdeke a vevői igények kielégítése, a vevői elégedettség folyamatos fejlesztése, a vevők megtartása a magasabb árszint mellett, hiszen a vállalat által gyártott termékek magasabb minőségszintje jelentős értéket képvisel. A folyamatba épített minőség a cél a dolgozói önellenőrzés alapján.

A kollégák együttműködését szeretnék elérni 5S, TPM-en belül az autonóm karbantartás, karbantartás-fejlesztés, javaslati rendszer és a minőségi körök esetében.

A TPM indítása 2005-ben a klasszikus kezdeti tisztítással és T cédula rendszer papíron történő üzemeltetésével kezdődött. Viszont az 5S kevesebb figyelmet kapott. Jelenleg szeretnék az „okos rend”-et kialakítani, a dolgozók közreműködésével megvalósítani! A gépgazda rendszert bővítet-

ték „Terület gazda” megbízással, amiben a gyárigazgatóval kötött megállapodás alapján, a gépen kívül a gép környezetének kialakítását és rendben tartását is a „Terület gazda” magáénak érzi.

A vállalat karbantartási stratégiája a „szegény” vállalat vagyunk, mert nekünk a húsz-harminc éves gépeket kell olyan állapotban tartani, amivel az elvárt minőséget teljesíteni tudjuk.

Vállalati erőforrásaink 4M alapján működnek:

- ♦ alapanyag – csak kiváló alapanyagokkal dolgozunk, alacsony készletszinten;
- ♦ módszer – szabályozott gyártás, mérőeszközök, minden mögé számokat tudjunk rendelni;
- ♦ kollégák – a problémák 80 százalékát meg tudja oldani helyben, a munkaterületén a dolgozó, a részletes OPL (Egy Pontos Leckék) alapján;
- ♦ gépek – autonóm karbantartás, a géphibák korai fázisban történő elhárítása, gépmegállások megelőzése, kritikus tisztítások lebonyolítása, az egyszerű karbantartási műveletek elvégzése, TV lap gépelemeinek érzékszervi diagnosztikája alapján. Ha a gépen dolgozó kolléga számára megoldhatatlan a feladata, akkor T cédulán kéri karbantartó segítségét.

A jól átgondolt vállalati filozófia alapján egységes rendszert működtet az STI Petőfi Nyomda a dolgozók bevonásával.

Quality Gate bevezetése termelési területek között

címmel tartotta meg előadását Horváth Szabolcs, a DS Smith Packaging Hungary Kft. Continuous Excellence Managere. A gyárbevezetés közben megtudhattuk, hogy az 5S alapokra épül a gyár elrendezése és az anyagáramlás is. A Continuous Excellence Program projektekre épül és a PDCA elv alapján ha-



ladnak előre. A Lean program a következő egymásra épülő területekből áll: Tervezés és anyagáram, Hatékonyság, Minőség, 5S/TPM, Gondolkodásmód és viselkedés, Teljesítménykövetés, Szervezet, Támogató folyamatok. Ezen nyolc lépés alapján egyének szintjére lebontják a célokat.

A Minőségi modul tartalmazza a „Quality Gate” fogalmát. A technológiai folyamatlépésekben előforduló hibákra meghatározták a „Jó”, „Kérdéses”, „Rossz” definícióját.

A gyárban jól látható plakátokon szerepelnek a hibák meghatározásához tartozó határminták. Ezek segítenek az értékelés objektivitásának megtartásában. Teamek alakultak folyamatlépésen belül a legjelentősebb hibaokok megszüntetésére. *BVRR* – Belső Vevői Reklamációs Rendszer – üzemeltetésével valamennyi technológiai lépés tisztában van a saját teljesítményével a hibák feltárásában és az utána következő lépésnek mennyi hibát hagyott meg azonosítatlanul. Azok a területek, ahol nyitottak a problémamegoldásra és a gyökérok keresésére – a következő lépésnek csak kis teret adnak, ahol pedig „duzzognak” a hibák miatt – sok lehetősége van a következő lépésnek a hibák azonosítására. A szemlélet határozza meg az egyes területek eredményességét a hibafeltárásban. A DS Smith Packaging Hungary Kft. minőséggel kapcsolatos megközelítése igazán különleges! Érdemes a gondolatmenetét azonosítani és megvizsgálni a bevezethetőségét.

Siszer Tamás, a Festo Kft. Didactic vezetője *Festo Didactic támogatási szolgáltatásai* címmel tartott előadása a képzések gyakorlati oldalával foglalkozott. Az elmúlt tíz évben 100 millió eurót ruházott be az anyavállalat, 60 ezer



órát oktatott a Didactic, dolgozói létszáma ezer fölé emelkedett a Festo budapesti gyártóközpontjában. Hszonnégy óra alatt teljesíti az egyedi megrendeléseket a gyár. Négyszáz oktatási partnerük van az országban. Ezen fejlődést képzési programokkal támogatja a Festo Didactic Képzési Központ. A versenyképesség-javítási és technológiafejlesztési stratégiák kérdőív alapján a német gyártók az „innovációt és képzést” tartják a legfontosabbnak. Ezt támogatja a Festo Didactic

oktatóeszközökkel, oktatógyárakkal, e-learninggel, multimédia-támogatással, képzésekkel, tanfolyamokkal, mindennel, ami automatizálás.

Mi várható egy Festo-tanfolyamtól:

- ♦ Rendkívül közvetlen kapcsolat a nagy tudású, korszerű gyakorlati ismeretekkel rendelkező, rutinos tanárral.
- ♦ Stressztől mentes, felszabadult hangulatban folyó ismeretátadás. Kezdetben bárki bármilyen butaságot mondhat, hiszen éppen az az oktatás célja, hogy az ismeretek átadása a leghatásosabb legyen.
- ♦ Minden elhangzott elméleti mondatot többperces gyakorlati foglalkozás követ. A gyakorlatok sikeres végrehajtása után érzett büszkeség, öröm fokozott formában megismétlődik, amikor a tanultakat sikeresen tudják a munkahelyükön alkalmazni!
- ♦ Az eddig rutinból végzett tevékenységük a tudásuk bővülésével egyre tudatosabbá, eredményesebbé válik, amit büszkén oszthatnak meg társaikkal.

Képzésekkel támogatják a termeléssoron dolgozó munkástól a tervezőmérnökökig, egységes módszertan alapján koherens, összemérhető tudás elérése a cél.

TPM-es oktatószobákat, -laborokat építettek fel. Pneumatika, hidraulika, vezérléstechnika, hajtástechnika, szervo- és léptetőmotorok, PLC-technika, rendszerprogramozás az oktatástól az oktatógyárakig, valamennyi szinten vállalnak oktatást.

Támogatják a termelés, karbantartás együttműködését a módszeres hibakereséssel, hatékony hibadiagnosztikával, állásidő csökkentésével, tudatos szerelés/karbantartás kialakításával és a hatékony kommunikációval a kollégák között.

Festo Didactic a gyártól függetlenül is működik különböző területeken. Gyakorlatorientált elméleti oktatás, amit nyújt. Rendkívüli flexibilitással dolgozik a következő területeken:

- ♦ kollégák kiválasztása, termelés, karbantartás, a szakmai tudás felmérése a humánpolitikával közösen;
- ♦ egyedi felmérő módszerek, egyedi igények alapján műszakokhoz illeszkedő oktatás, akár a hétvégén is;
- ♦ vegyes csoportok (termelés, karbantartók);
- ♦ Siemens termékeket is oktatnak;
- ♦ automatizálás szakmérnöki képzés a gödöllői egyetemmel.

Ebből a rugalmasságból kaptunk ízelítőt Gurabi Attilától, a Festo Kft. konzultánstól, aki a *Játékra épülő fejlesztés a SMED-hez – Synchrono-Game* előadásával megerősítette, hogy a tréning a legjobb módszer bármilyen



tudás megszerzéséhez és elmélyítéséhez. A tanulás folyamata megismerés/megértés, gyakorlás, megvalósítás Konfuciusz definíciója óta változatlanul. Az emberek emlékezete rendkívül furcsa, hiszen amit hallottak, annak a 10 százalékát, amit olvasnak, annak a 20 százalékát, és amit láttak és csináltak, annak a 80 százalékát képesek megjegyezni.

A SynchronoGame játék mestere bemutatta nekünk a legvidámabb módszert a Lean, a folyamatos fejlesztés és a SMED megértéséhez, ahol lehet hibázni és próbálni. A játék három-négy körös (egy-, illetve kétnapos), max. 16 játékkal, mobilizálható, elméleti kiegészítőként használható.

Mit tanulnak a játék folyamán? Igazi termelői folyamat végigjátszása több körön keresztül. Valamennyi pozíció képviselteti magát: vezetők, akik megszervezik a gyártást, könyvelők, raktárosok, beszerzők, minőség-ellenőrök. A termék valódi, amit nem csak össze kell szerelni, hanem valóban gyártani, csomagolni és időre szállítani kell! Minden egyes kör után mind egyik pozícióban meg kell fogalmazni, hogy milyen nehézségekkel találták magukat szemben. Ők mondják ki azokat a gondolatokat, amit a játék közvetít, hiszen a saját bőrükön érezték. A játék bemutatása azzal indul, hogy a „Vevő a

Király”. Gyorsan felismerik, hogy mi az érték, amiért a vevő fizet, és mi a veszteség. A folyamatos fejlesztés/problémamegoldás módszertanát prezentálni kell az egyes körök között hozott változtatások alapján!

Számokkal és adatokkal kell alátámasztani a fejlesztést. Eredménytáblán szintén számokból azonosítható a fejlődés, a játékpénz használatával. Az egydarabos áramlás – OPF – gyorsan körvonalazódik.

A Pull rendszert általában csak a 4. fordulónál kezdik el megérteni. Előzőleg csak Push rendszerben tudnak gondolkodni, maguk mellé készítik a szállítandó terméket, hogy időre szállítani tudják. Csak a végére értik meg a Pull rendszer lényegét, és hogyan lehet azt megvalósítani. A SMED – a párhuzamos tevékenységek bevezetése is egy fontos momentum. Végül, de nem utolsósorban a csapatmunka dicsérete a játék tanulsága, az egymásra utaltság előnyeinek az élvezete.

Miért jó ez a játék? Úgy működik, mint egy dráma, a feszültség után jön a feloldás, a stressz után jön az ahá élmény. Lehet hibázni és próbálgatni, a hibáinkból tanulunk, és nem a sikereinkből. Játsszani mindenki szeret, még sehol nem tapasztalta a tréner, hogy bárki félrehúzódtott volna. A legjobb csapatépítő és a továbblépéshez jó előkészítés.

Búcsúzóul a játék felszabadító, csapatformáló, meghatározó emlék.

Péczy György ügyvezető igazgató, az A.A. Stádium Kft. képviselőjében, *Minőségi karbantartás pillér a TPM-ben* című előadásából megértettük annak a mérhetetlen előnyeit, amikor mindenki, ha csak kis mértékben is, de hozzájárul a karbantartási feladatokhoz, a karbantartáson túl! A TPM célja a termelési rendszerek

A minőségi problémák forrásai (4M)			
Anyag	Gép	Folyamat	Ember
Olyan anyag, amivel nincs selejtyártás	Olyan gép, ami nem gyárt selejtet	Hibabiztos folyamatok	Hiba felismerése, megoldása, kezelése
Berendezésfejlesztés		Karbantartás-fejlesztés	Autonóm karbantartás

A TPM minőségi pillér alapelvei – 4M mentén. Azt is jól szemlélteti az ábra, hogy a minőségi pillér inkább az eredeti pillérek kiterjesztése

fejlesztése a termelési veszteségek csökkenésén keresztül, vagyis a TPM a gyakori félreértésekkel szemben nem karbantartási, hanem termelési rendszer, ahol a karbantartás is fontos szerepet kap. A TPM alapja – szüntessük meg a nyikorgást, és így elkerüljük a robbanást – a megelőzés. Ehhez elengedhetetlen a hatékony érzékszervi diagnosztika (látás, hallás, tapintás). Amikor valamit észreveszünk, azt jelezzük, tudjuk, hogy mire kell figyelni, megpróbáljuk megelőzni a problémákat, ami szemléletbeli kérdés is – emberközpontúság.



Nakajima klasszikus 5 TPM pillére: az Autonóm karbantartás, a Tervszerű karbantartási program, a Berendezésfejlesztés, az Oktatás és tréning és a Veszteségforrások visszaszorítása.

Erre épül a TPM három új pillére: a Minőségi karbantartás, a TPM az irodában és a Biztonság, higiénia és környezetvédelem, amelyek közül bővebben a legelsőről esett szó.

A Minőségi karbantartás pillér alapja, hogy a gyártott minőség és a gépek állapota összefügg, vagyis megelőzés a minőségben. Az esetek döntő többségében ugyanis specifikációkat, ellenőrzési utasításokat, határmintákat gyártunk, vagyis utólagos megközelítésekkel próbálkozunk.

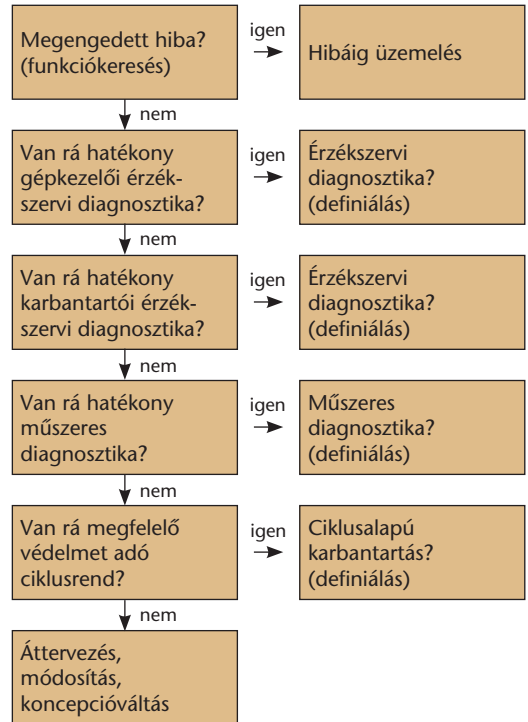
A TPM elvrendszere szerint a forrásánál, ahol keletkezik a selejt, ott próbáljuk meg elkapni, megtalálni és megszüntetni a hibát, vagyis a berendezésnél.

A minőségi karbantartás kialakításának lépései:

- 1. Minőségi adatok elemzése.** OEE alapon, a jellemző minőségi problémák azonosítása, hibakategóriák 4M alapú besorolása.
- 2. Minőségi összefüggések felmérése.** A hiba valós vagy valószínűsített keletkezési, észlelési helyének feltérképezése minőség-ellenőrzési pontok, folyamat-ellenőrzési pontok számbavétele.
- 3. Minőségi problémák 4M elemzése.** Ebben a lépésben jellemezzük a minőségi probléma és a vele kapcsolatban álló gépelemek közötti összefüggéseket (ahova jelölés került a minőségi összefüggések felmérésénél)! Melyek azok a feltételek, amelyek mellett nem keletkezik selejt? Léteznek-e sztenderdek ezekhez?

4. Minőségi problémák ERCM elemzése. A minőségi hiba gyakorisága és súlyossága alapján, illetve a meglevő sztenderdek alapján készül. Célja, hogy meghatározza azokat az üzemeltetési, karbantartási feltételeket, amelyek mellett a selejtgyártás megszűnik.

Egyszerű döntési fa alkalmazása:



5. Minőségi karbantartási terv. A meghozott intézkedések beütemezése, végrehajtása.

6. Ellenőrzés, betartás. Az intézkedési terv végrehajtásának ellenőrzése, eredmények követése OEE alapú selejtelemzéseken keresztül.

7. Folyamatos fejlesztés. A feltárt fejlődési lehetőségek kiaknázásán keresztül a minőségi karbantartás pillér továbbfejlesztése.

Az emberi oldalról – Tréningmotiváció

Mindez képzés, elkötelezettség nélkül mit sem ér, az eredményesség megkerülhetetlen feltétele az emberek bevonása, megkérdezése, amely mellé ellenőrzések, auditok társulnak, hogy a fejlődés számokban is mérhető legyen. Az emberi tényező fontosságát jól szemlélteti a következő vállalati példa: egy üzemben a gyors bővülés miatt

számos új kollégát kellett felvenni. Ennek egyik negatív következményeként a minőségi hibák aránya hatszorosára nőtt, holott minden „szokásos” minőségi előírás, dokumentum, utasítás rendelkezésre állt, az oktatások megtörténtek. A megoldást az emberek megkérdezése, bevonása jelentette. Fórumokat hívtak össze, egyeztettek, elmagyarázták, hogy mi miért szükséges, kikérték az újak véleményét, amivel a minőségi hibák szintje a régi szint alá tudott csökkenni. A szemlélet kialakulásához időre van szükség.

Itt hangzott el a konferencia kérdése, miszerint a szemléletfejlesztésre van-e valamilyen speciális módszer, ami biztos sikerhez vezet? Az előadó válasza szerint arany szabály nem létezik. A legfontosabb alapelv a szemléletfejlesztésnél, hogy rá kell szánni az időt, sebtében, kutyafuttában végzett munkával eredményeket nem lehet elérni, csak romlást. Két kulcsfontosságú összetevő alkalmazása mindenképpen javasolt: *bevonás* és *meggyőzés* (az okok, miértek magyarázatán keresztül)! A változtatás folyamatában kérjük ki a kollégák véleményét (legfőképpen azokat, akiket érint majd), amelyeket aztán vegyünk figyelembe a fejlesztések során! Meggyőzésnél a legfontosabb az új lehetőségek vonzóvá tétele! Ahol 5-10-15 éve a munkafolyamat változatlan, meg kell mutatni a másként működés előnyeit tréninggel, játékkal, más üzemek meglátogatásával, az okok és miértek alapos megválaszolásával.

Összefoglalva, a *Minőségi karbantartás* pillér a TPM öt alappillére épül, az azok által elért eredményeket használja fel, azokhoz rendel elemzési folyamatokat, hogy a vállalatokat hozzásegítse a 0 hiba cél eléréséhez. Mindebben, a TPM alap gondolatával összhangban, kulcsszerepet kap az ember, a részvételen, a bevonódáson, a motiváción és meggyőzésen keresztül.

A TPM jövője, a bevezetés lehetőségei a világ legnagyobb vetőmagüzemében címmel tartotta meg előadását Csapó Szilárd, aki Productivity Improvement Consultant a Pioneer Hi-Bred Zrt.-ben.



3P-re alapozta az előadását:

♦ *Purpose – Cél.* A TPM és minőség kérdésköréhez kapcsolódó tapasztalatok, gyakorlati péld-

dák, kérdések megosztása vegyipari és mezőgazdasági területekről.

- ♦ *Process – Folyamat.* Egy érdekes előadás megtartása a hallgatóság bevonásával.
- ♦ *Product – Termék.* Elégedett hallgatóság, akik a TPM és minőség területén értékes ismeretekre tettek szert (elhatározták, hogy megvalósítanak néhány konkrét lépést az elhangzottak közül).
- ♦ *Core Values – Alapértékek.* Definíciókra épül vállalatuknál a TPM is. Biztonság és Egészség, Környezettudatosság, az Emberek Tisztelete, Legmagasabb Szintű Etikus Viselkedés.
- ♦ *DPS – DuPont Production System meghatározás.* Stratégiai átalakulás, minden alkalmazott bevonásával, a világszínvonalú előállítás elérése érdekében, közös eszközök használatával, melynek célja a veszteség kiküszöbölése és a vevők számára történő értékteremtés.
- ♦ *DPS – Jövőkép.* Mindenki, minden nap kiválóságra törekszik a munkájában, ezzel a DuPont sikerét elősegítve a folyamatosan változó világban.

TPM-definíciók fejlődése a DuPont-nál:

Total Productive Maintenance
Teljes körű Hatékony Karbantartás
Total Perfect Manufacturing
Teljes körű Tökéletes Gyártás
Total Productive Management
Teljes körű Hatékony Menedzsment
Total Profit Management
Teljes körű Profit Menedzsment

Mit hozott a TPM a vállalatnak?

Hatékonyágnövekedést. OEE 10 százalékkal nőtt három év alatt, termelési volumennövekedést, munkaidő-csökkentést, pozitív nemzetközi megítélést, folyamatos fejlesztéseket, beruházásokat, nagyobb rugalmasságot, flexibilitást.

Mit hozott a TPM a dolgozóknak?

Megbecsülést, könnyebb munkavégzést, biztonságot, kevesebb idegeskedést, jobb hangulatot – motivációt, több szabadidőt, több életet, *jobb életet*.

♦ *TPM – FOLYAMAT.* A TPM egy munkastílus, egy életforma! A TPM egy eszköz, a TPM egy tükör! A célunk a profit! Hatékonyágnövelés, költségcsökkentés, könnyebb, egyszerűbb hatékonyabb munkavégzés! **JOBB ÉLET**

- ♦ *DPS átalakult DP\$, az az üzenete, hogy sok pénz befektettek, és most már szeretnék visszakapni!*
- ♦ *AMO – Asset Management Optimization. DPW – DuPont Pioneer Way. Még nem dőlt el, hogy melyik lesz a következő megnevezés. Mindkét elnevezés üzenete azonos. Kihasználhatóvá tegyük az üzemünket! A szemlélet megváltoztatása, az új vevői igény alapján eddig azonnal új gép vásárlásában gondolkodott a vállalat, helyette a jelenlegi rendelkezésre álló eszközök jobb kihasználtságával érni el az eredményeket!*
- ♦ *A TPM a MINŐSÉG szolgálatában – Megbízható, tiszta, jól beállított berendezésekkel lehet megbízható minőséget gyártani! TPM a MINŐSÉGI vevőkiszolgálás egyetlen lehetősége!*

Charles Darwin üzenete „Nem a legerősebb marad életben, nem is a legokosabb, hanem az, aki a legfogékonyabb a változásokra.”

Lean @ green printing címmel tartotta meg dr. habil. Horváth Csaba, a Médiatechnológiai és Könnyűipari Intézet Óbudai Egyetem, Rejtő Sándor Könnyűipari és Környezetmérnöki Kar egyetemi docense, intézetigazgatója az előadását.



„Lean printing” vagy „Green printing”. A Google-n rengeteg szócikket találunk, amelyek tanácsokat adnak, technikát, technológiát javasolnak, továbbá olyan megváltó menedzsermódszerek is megjelennek, amelyek azt hirdetik magukról, hogy segítségükkel a vállalkozásunk még hatékonyabb, még nyereségesebb és még környezetbarátabb és fenntarthatóbb lesz.

Keresleti piac esetén: $Költségek + Nyereség = Eladási ár$. Jellemzői: tömegtermelés, szűk termékpaletta, helyi piacok, monopolhelyzet.

Kínálati piac esetén – nyomdatermékek piaca esetén: $Eladási ár - költségek = Nyereség$.

Jellemzői: a termékek, szolgáltatók nagy választéka, növekvő szolgáltatási igények, a piacok gyors változása, növekvő verseny (az elektronikus kommunikációval is), többletkapacitások.

A gazdasági válság kínálati piaccá alakította át a nyomtatott kommunikáció területét.

A lean menedzsment néhány évtizeddel ezelőtt radikális újszerűségével robbant be a termelés- és szolgáltatás-menedzsmentbe, ma már az értékteremtő folyamatok menedzsmentjének új alapját jelenti.

A „lean printing” a lean menedzsment eszközeinek a nyomtatott kommunikáció területére történő tudatos alkalmazása, az üzletág sajátosságait is figyelembe véve, a fenntarthatóság szempontjait is figyelembe véve.

Miért Lean és green menedzsment együtt? Lean menedzsment green menedzsment is! Tudatos összefoglalása: a Lean-nel a hatékonyságot növeljük, a veszteségeket csökkentjük, a green-nel a fenntarthatóságot javítjuk, a környezet terhelését csökkentjük.

Az íves ofszet nyomtatás veszteségeinek csökkentési lehetőségeit ismertette Jean-Paul Weather javaslatai alapján.

Hazai kezdeményezések a Lean és green printingre:

- ♦ DS Smith Packaging, Győr
- ♦ RR Donnelly, Debrecen
- ♦ STI Petőfi Nyomda, Kecskemét
- ♦ Colorpack, Nyíregyháza
- ♦ Marzek Kner Packaging, Békéscsaba
- ♦ AR Carton Packaging Group, Lund, Sweden

Optimalizált anyagáram létrehozása, beigazítási idő csökkentése – SMED spagetti diagrammal, KBA 142 íves ofszet nyomdagép termelési mutatóinak javítása 2009 és 2012 között, az átállás folyamatának lerövidítése egy B1 négyszínes nyomógépen, az 5S módszer alkalmazása a felsorolt csomagolóanyag-gyárakban.

Az előadó közös gondolkodást javasolt a Lean & green tudásközpont létrehozására az egyetemen (vagy másutt), amelyhez az intézet már meg is tette az első lépéseket az angol nyelvű szakirodalom legfontosabb darabjainak összegyűjtésével.

Új kihívások, új megoldások a higiéniai papírcsövek minőségbiztosításában címmel tartotta meg Bodrogi József elnök-vezérigazgató az előadását a Halaspack Csomagolóanyag Bt. házigazdjaként.



A vállalat 1992-től működik, 2002-től a Kunter Gruppe tagja, jelenleg fő termékei a papírcső, papír élvédő, kombi doboz, papírhordó, illetve 2013-tól a higiéniai papírcső. A kezdeti 800 millió forintról 6 milliárd forintra nőtt a vállalat árbevétele.

850 millió női aplikátoros tamponhoz 160 millió higiéniai papírcsövet kell gyártani évente. Naponta több mint 430 km vékony papírcső előállítás és leszállítása Csömörrre, annak tudatában, hogy e termékek a végfelhasználónál százszázalékos minőség-ellenőrzésen esnek át, hisz minden egyes tampont kicsomagolnak és kézbe vesznek!

Alapkövetelmény a tisztaság és a fokozott higiénia, de mégsem „tisztá tér” technológia.

Az üzem felújítása, szigetelés, álmennyezet, légtechnika kialakítása után klimatizált, túlnyomással ellátott, zsiliprendszerű üzem készült el nyolc hónap alatt. Nyolc darab saját tervezésű, tömegtermelésre kialakított speciális spirálcsőgéppel szerelték fel az üzemet. A minőségi elvárások a papírcsővel kapcsolatosan: egyenesnek kell lenniük, nem lehetnek oválisak, uni-

verzális mérőeszközzel mérik a külső átmérővel együtt ezeket paramétereiket, a tűrések figyelembevételével. Egy mm²-es szennyeződést érzékelő százszázalékos optikai rendszerrel látták el az üzemet. Komoly logisztika tartozik a folyamatához, fémkonténerben tartják és szállítják a csöveket. Nyolcszáz db RFID nyomonkövetéssel ellátott fémkonténer ingázik Csömör és Kiskunhalas között. Csak azokat a termékeket fogadja a megrendelő, aminek a vizsgálati eredményeit előzőleg elküldték és az eredmények alapján felszabadította az RFID-val azonosított konténereket.

A házigazdának köszönjük a lehetőséget az üzemlátogatásra, és további sikeres működést kívánunk az elkövetkezendő időszakban is!

Köszönjük valamennyi előadónak a rendkívül értékes gondolatokat!

A jövőre nézve is kaptunk ötleteket: a „Minőség a siker alapja”, „Jóból kiváló”, „A vezetés és a minőség”, valamint a Festo Kft.-től is érkezett egy javaslat, „A minőség a holnap piaca”. Ezek bármelyike jó lehetőség a XVIII. Fórum a minőségről konferenciának a megrendezéséhez a következő évben!



PNYME Vándorgyűlés

SARLÓSPUSZTA, LAJOSMIZSE, 2015. SZEPTEMBER 24–25.

Faludi Viktória

Sarlóspusztán, a Club Hotel konferenciatermében került sor a vándorgyűlés szakmai előadásaira a 2016-os drupa jegyében – elsősorban a szakminkban várható trendekről, a fejlődési irányokról szóltak, de szokás szerint a vándorgyűlés kiemelkedő programjai a másnapi üzemlátogatások voltak. A sarlóspusztai rendezvényen másfélszáz résztvevő találkozott a PNYME szervezésében. A PNYME elnöke Fábián Endre köszöntötte a résztvevőket, majd átadta a szót az üzemlátogatásoknak otthont adó nyomdák képviselőinek.

Czifra Zoltán nyomdai üzletágigazgató, a Magyar Közlöny Lap- és Könyvkiadó Kft.-t képviselve, röviden beszélt a nyomdáról, majd másnap az üzemlátogatás során részletes bemutatót tartott, és a látottak alapján

felmerülő kérdésekre is választ adott. Az állami tulajdonú nyomda mára már az egyre csökkenő mennyiségű nyomtatott közlönyök és a kiadó egyéb saját kiadványainak elkészítésén felül munkáinak nagy részét

a szabad kapacitásainak értékesítésével szerzi. A nyomdában készülő termékek széles palettát alkotnak: napilapok, heti-, kétheti, havilapok, folyóiratok, tájékoztató nyomtatványok, reklámkiadványok, szórólapok, ragasztókötött könyvek, brosúrák stb. Az elmúlt évek jelentős beruházásainak – a Rotoman és Cromoman tekercofszet nyomógépeknek és a CtP-berendezéseknek – köszönhetően gyors és biztonságos termeléssel, magasabb színvonalon tudja kiszolgálni a megrendelők igényeit. A környezetirányítási és a minőségirányítási rendszerek egymásra épülve integrált irányítási



Czifra Zoltán



Csuthi Béla



Sabine Geldermann



Pesti Sándor



Kelemen György



Szalai István



rendszer alkotnak, megkövetelve a folyamatos fejlesztést, ezzel biztosítva a minőségi munka feltételeit.

Formakészítő üzemünkben 2004 októbere óta működik CtP-berendezés, mely a korábbi hagyományos technológiához képest lényegesen pontosabbá és gyorsabbá teszi a formakészítést. 2008 óta egy újabb, a meglévővel azonos CtP-t helyeztünk üzembe, amely teljes egészében felváltotta az analóg lemez készítést. Ennek főként esténként, a napilapok gyártásának idején van kiemelt jelentősége.

Kötészetünk jellemző berendezései a két irkafűző gépünk, amelyekkel a nyomógépeinken gyártott félkész termékeinket dolgozzuk fel. Kiegészítő tevékenységként lehetőség van ragasztókött könyvek előállítására, inline mellékletbehúzásra (géppel és kézzel), fóliacsomagolásra, zsugorfóliázásra.

2000 óta rendszeresen készülő nyomdánkban egy időben több napilap, korábban a Magyar Nemzet, Magyar Hírlap, Népszava, Expressz, Bors, Metropol, jelenleg a Napi Ász című lap. Referenciáink között szerepel még több országos és regionális heti-, két-

heti és havilap, reklámkiadvány – tudtuk meg Czifra Zoltántól.

Csuthi Béla, a Mizsepack Nyomdaipari Kft. képviselőjében bemutatta a negyed évszázados fennállását ünneplő cég történetét, ami azzal kezdődött, hogy 1990-ben alakult önálló társasággá. Jogelődje a Bács-Kiskun Megyei Nyomda Vállalat Lajosmizsei Telephelyként 1962-ben kezdte működését. Lajosmizsén könyv és egyetemi jegyzet nyomtatása, valamint klisékészítés folyt, majd később megindult a táblás társasjátékok gyártása és a műbélfelületnyomás. Az 1992-ben történt tulajdonosváltással egy időben megkezdődött a cég átalakítása, mely folyamatos fejlesztésekkel és tudatos piaci politika kialakításával párosult.

„A fejlesztéseknek köszönhetően korszerűsítettük a műbél nyomtatásának technológiáját, így ma a Mizsepack a műbél-konfekcionálás területén piacvezető, több mint 50%-os piaci részesedéssel rendelkezik. 1994-ben kezdtük az öntapadó címkék gyártását is, mely szolgáltatási ágban a Mizsepack mintegy 20%-os részesedéssel a legjelentősebb szereplővé nőtte ki magát.

Mára, három tevékenységi körünknek – műbél-konfekcionálás, tekerceses öntapadó címké- és fóliacímké-gyártás – köszönhetően árbevételünk eléri a hárommilliárd forintot és büszkék vagyunk arra, hogy szinte minden tevékenységünket saját erőből oldunk meg. Célunk mindig is az, hogy a vevők érdekeit szem előtt tartva, olyan minőség és ár-érték arányt alakítsunk ki tevékenységünk során, amely lehetővé teszi megrendelőink folyamatos elégedettségét és a Mizsepacknál dolgozó 115 fő szakmai fejlődését és megélhetését. Egy új, HP Indigo WS6600 típusú digitális nyomdagépet helyeztünk üzembe a 2014-es év során. A beruházás a Mizsepack Kft. vezetőségének a folyamatos fejlesztés melletti elkötelezettségét jelzi, amivel a piacon jelentkező, állandóan csökkenő rendelési mennyiségek adta kihívásra is válaszolni tudunk. A HP Indigo nyomógép 330 mm szélességben, inline primerező egységgel hét szín nyomtatására alkalmas, maximális sebessége 60 m/perc. A beruházás része volt egy Digicon Series-2 kiserelő sor is, amely a digitális nyomógépen nyomtatott termékek felületnemesítését, stancolását, és kiserelését végzi, fotocella-jel vezérléssel” – foglalta össze a huszonöt éves jubileumát ünneplő vállalkozás történetét Csuthy Béla. A Mizsepack alapítója és egyik tulajdonosa, Górn József úr is megtisztelte a vándorgyűlés résztvevőit jelenlétével az üzemi látogatáson is.

A vándorgyűlés díszvendége **Sabine Geldermann, a drupa igazgatóasszonyának** prezentációja volt a szakmai előadások fénypontja, ami a 2016-os drupával és a világ nyomdaiparával kapcsolatos legfrissebb informá-



Szendrei-Nagy Szabolcs



Jakubász Péter



Varga Tamás

ciókat osztotta meg a hallgató-sággal. Erről bővebben olvas-hatnak lapunk 54–55. oldalán.

Pesti Sándor, a PNYME ügy-vezető igazgatója

két előadást is tartott a drupával kapcsolat-ban. Az egyikben felidézte az elmúlt drupákat több emlék-tárgy felvonultatásával, a másik-ban pedig a 2016-os kiállításon való részvétel kiállítói és látoga-tói lehetőségeit eszette.

A konkrét ajánlatokról valós ide-jű tájékoztatást adunk online hír-leveleinkben, honlapjainkon, FB oldalainkon, illetve a nemrég-i-ben létrehozott DRUPA klub zárt csoportunkban is.

<https://www.facebook.com/groups/drupaklub/>

Kelemen György, a manroland

képviselőjében a 2016-os drupán is majd látható újdon-ságokat, az íves nyomdagépek piacán a Roland711 Evolution-t és a tekercsnyomó szegmens-ben az új, 96 oldalas Lithoman berendezést ismertette. Az elő-adást kiegészítő összefoglaló videó a <https://youtu.be/oQ-sU8GrWTQc> linkre kattintva megtekinthető.

A Canon képviselőjében két előadó is prezentált, **Szalai István** az Océ VarioPrint i300 berendezés főbb tulajdonságait ismertette, majd átadta a szót **Szendrei-Nagy Szabolcsnak**, aki a DirectSmile crossmedia

szoftver kínálta új üzleti lehe-tőségekre hívta fel a figyelmet. Ehhez kapcsolódóan ajánljuk a lapunk 32–35. oldalán található cikket, ami a legjobb ötleteket mutatja be a Canon web to print alkalmazásokhoz. A PNYME ter-vei között szerepel Canon Cross Média megoldásának alkalma-zása a drupára szervezésben.

Jakubász Péter, a Heidelberg Magyarország

képviselőjében a meghatározó géppgyártó drupára tartogatott meglepe-téseit nem árulhatta el, de min-denképpen sok újdonságra

számíthatunk. A patinás cég új logóval is frissíti arculatát, így a drupán már ne a megszokott szürke emblémát keressék!

Az előadások sorát Varga Tamásnak a 3Print Hungary

képviselőjében tartott prezenta-ciója zárta, amiben ismertette, hogy a HP Indigo minden idők legnagyobb, 6000 m²-es kiállítói területével készül a drupa-látogatókat meghódítani.

Az előadásokat követően bankettvacsera zárta a rendez-vény első napját. Jövőre Veleték ugyanitt!



Üzemlátogatás a Magyar Közlöny Lap- és Könyvkiadó Kft.-nél



Üzemlátogatás a Mizsepack Nyomdaipari Kft.-nél

drupa innovation park 2016

Talán egyik kiállítási csarnokban sem lesz olyan töményen látható az innováció a 2016-os drupán, mint a 7.0 pavilonban – a drupa innovation park otthonában. A mintegy 130 kiállító hat tematikus parkban mutatja be a munkafolyamatokkal, automatizálással és a legújabb nyomdaipari technológiákkal kapcsolatos újításait. Ez lesz az első alkalom, amikor a sikeres üzleti és marketingkonceptiók egy külön tematikus parkban mutatkoznak be. Ezzel a dip egyedülálló lehetőséget kínál a drupa látogatóinak arra, hogy koncentrált formában láthassák az újdonságokat, valamint a kreatív nyomdatermeket és technológiák piacképes alkalmazásait. A kiállítói választékhöz ideális keretet nyújtanak a színpadi bemutatók és kerekasztal-beszélgetések.

A teljes nyomtatási iparág meghatározó témája továbbra is a folyamatok optimalizálása és az automatizálás – a témán belül különös hangsúlyt kap a CIP4, amely 2016-ban ismét a dip együttműködő partnere. „Az



Julie Watson

optimalizálás és az automatizálás nem csupán aktuális témát, hanem alapvető célkitűzést kell, hogy jelentsen a szolgáltatók számára, ha a mai piaci környezetben boldogulni szeretnének”, állítja Julie Watson, a CIP4 szóvivője. „És éppen itt játszik fontos szerepet a Job Definition Format, a JDF, ami különböző gyártók szoftver- és hardverkomponenseinek környezetében segíti az átfogó automatizálást. A drupa innovációs park látogatói testközelből

dip!
drupa innovation park

May 31 -
June 10, 2016

global platform for
innovations



tapasztalhatják meg az idő- és anyagmegtakarítás előnyeit, végső soron az ezáltal realizálható nagyobb nyereséget.”

Tekintettel a felhőintegráció növekvő jelentőségére, a nyomdaiparban is egyre hangsúlyosabb témát jelentenek a biztonsági megfontolások. Ezekre a *Process Optimization & Automation* tematikus park kiállítóinak – például az esseni i1BOX cégnek – intelligens megoldásai adhatnak választ. A kifinomult rendszerkonceptiót kínáló és karbantartást nem igénylő Miniserver a megrendelő telephelyén marad, és számos olyan alkalmazás platformjával szolgál (pl. adat- és megrendeléskezelés, CRM, e-mail, groupware, filesharing, asset-management), amit használatra készen konfigurálnak. „Fontos volt számunkra, hogy a professzionális szerverek területén olyan koncepciót fejlesszünk ki, amely a végfelhasználó számára már az első naptól kezdve lehetővé teszi a kívánt funkciók és programok használatát, erőfeszítés nélkül”, mondja Roland Orlik, az i1BOX ügyvezető igazgatója.

A beszerzési folyamatok egyszerűsítését szolgálja a badeni Eggensteigban működő Obility GmbH USP-je. Az online alapú rendszerek a nyomdák és ügyfelek számára egyaránt kínálják a belső üzleti folyamatok egyszerűsödéséből származó előnyöket, amit a nyomtatás, a web, és az IT-technológiák közös használata tesz lehetővé. „Nagy örömünkre szolgál, hogy az Obility

2016-ban is a leginnovatívabb kiállítók között szerepelhet”, hangsúlyozza Frank Siegel, az Obility ügyvezető igazgatója. Ez csak egy szempont azok közül, amit a *Web-to-Media & E-Commerce* tematikus park tárgyal. Más megoldások is helyet kapnak, mint például a web to print, az e-commerce & shop üzleti platformok, valamint a cloud publishing és a design/print ügyfeleket kiszolgáló webes szerkesztők, valamint a HTML 5.



Frank Siegel

Az *Innovations in Printing Technologies* tematikus parkban a korszerű nyomtatási és feldolgozási technológiák mellett olyan kulcstechnológiákat állítanak ki, mint a funkcionális nyomtatás, a nyomtatott elektronika, a 3D-nyomtatás, a prototípus-készítés, a vizualizáció és munkafolyamat-megoldások. Az egyik főszereplő például a modico GmbH. A vállalkozás fő tevékenységi körébe a lézeres papírmegmunkálás, az akár 150 mm vastagságú termékekre történő közvetlen UV-nyomtatás és a 3D-nyomtatás tartozik. Ha innovatív nyomdatermékekről beszélnek, akkor hamar szóba kerül a lenticuláris nyomtatás, az egyetlen olyan felületkezelési eljárás, amely mozgási tulajdonságot képes megjeleníteni egy nyomdaterméken. Annál is inkább örömteli, hogy az iparág egyik úttörő és egyben legnagyobb szereplője, a DP Lenticular (www.dpenticular.com), ismét megjelenik a dip kiállítói között. „Kiváló lehetőséget teremt számunkra a drupa innovációs park ahhoz, hogy ismét bemutathassuk az innovatív nyomtatási technológiákat, és új célcsoportokat érhessünk el”, nyilatkozta Daniel Pierret, az írországi cég alapítója és vezetője.



Június 2-án 17.00 órákor kiosztásra kerül a drupa Lenticular Award díj is.

További tematikus parkok a drupa innovációs parkban:

- ♦ *Multichannel Publishing & Marketing Solutions* (többcsatornás kiadói és marketingmegoldások). Itt olyan témák szerepelnek, mint a cross-media contents/asset management, a web & app-publishing, a database publishing, valamint a marketing és brand management megoldások.
- ♦ *Added Value in Print* (hozzáadott értékek a nyomtatásban). Itt a hangsúly a felületnemesítésen, a fejlesztéseken és a nyomdatermékek jövőbe mutató hozzáadott értékén van. Ezek közé tartoznak az innovatív nyomathordozók, valamint a befejező műveletek, a felületnemesítés, a csomagolás, a címke- és display-nyomtatás, a zöld és a biztonsági nyomtatás újdonságai.
- ♦ *Business Models* (üzleti modellek). A technológiai változásokon túl egyre fontosabb szerepet játszanak az új üzleti koncepciók és modellek. Ezekkel ugyanúgy foglalkozik a tematikus park, mint a stratégiai együttműködési és marketing platformokkal.

Ismét a Winter Consulting, Agentur für Marketing, Communications & Events cég nyerte el a megbízást a drupa innovációs park létrehozására és koordinálására. A Winter Consulting 14 éve tervez és valósít meg kiállítási koncepciókat az innovatív vásárok és konferenciák számára. Sandra Winter, a cég tulajdonosa, 1992 óta tevékenykedik az IT-, a nyomtatási és a média iparág marketing, kommunikációs és értékesítési területein, és már 2004-ben, 2008-ban és 2012-ben is megbízást kapott a dip megszervezésére. A regisztrációra és a koncepcióra vonatkozó részleteket a www.drupa.de honlapon lehet megtalálni.



Sandra Winter

Konformitásvizsgálat, amely a korral halad

Michael Scherzinger
ADJUVO Kft.

A konformitás ma már sok csomagoló-cégnél fontos kérdés. Szinte minden héten jelennek meg újabb figyelmeztetések az egészségre káros anyagokról, és az előírásokat a törvényhozók utólag igazítják és szigorítják.

A trend ehhez igazodik. Az élelmiszer-csomagolás részeseése a viszonylagos kereskedelmi szférában jelentősen növekedett. Ma már Németországban csak minden második ember él családban, s egyre többen fogyasztanak előre csomagolt élelmiszert. Habár a csomagolást nem teszik rá az ezüstitálcára, de gyakran közvetlenül mellé kerül. Minden fogyasztó kézbe veszi a csomagolóanyagot, és alaposan megnézi. A Fogyasztó és a nem-kormányzati szervezetek (NGO) méréseikkel befolyásolják a médiákat. Eközben az átfogó magyarázat iránti kereslet a csomagolóanyagok irányában növekszik, és az információ a világhálón és az alkalmasokon keresztül mindenki számára sokszor másodpercek alatt elérhető.

A törvényes szabályozások, amelyek a fogyasztót védik, az egyszerűsítés legjobb szándéka ellenére elértek egy jelentős fokú komplexitást. Például nemsokára várható Németországban az újrendelet a nyomdafestékek területén. Sok munkatársnak nehezebbé esik vagy képtelen a fejlődéssel lépést tartani, és legfőképp a termelési folyamat érdekében levonni a következtetést. A szakemberek és az állandó továbbképzések szűk körűek és sokba kerülnek.



Michael Scherzinger ezért döntött egy start-up-vállalkozás, az ADJUVO Kft. létrehozása mellett, amely a csomagológyártóknak innovatív megoldásokat kínál. Korábban tagja volt több brüsszeli, düsseldorfi és frankfurti bizottságnak, gyakorlatból jól ismeri az előírások és a megvalósíthatóságuk között feszülő mezőt. Új megoldásaival az élelmiszergyártókkal kapcsolatban álló helyi minőségbiztosítási osztályokat tökéletesen hozzáértő partnerekké teszi anélkül, hogy a csomagolás struktúráját érintő technikai információk a székhelyet elhagynák.

Az ADJUVO Kft. eredetileg egy nagy nemzetközi csomagolókonzern spinoff-vállalkozásaként jött létre, amelyben Michael Scherzinger tevékenykedett. Ez a cég többek között együttműködésben állt prémium márkás jelzésű árucikkek rendszereivel, hogy az egyedi csomagolások konformitását másodpercek alatt felülvizsgálhassa és a szükséges tanúsítványokat gombnyomásra kinyomtassa. A szolgáltató cég ezt a megoldást ma már online-rendszerként kínálja. „Nem akarunk software-műhely lenni. A siker titka nálunk nagyrészt a beszállítói láncsal és az előszállító cégekkel folytatott kommunikációban és a jó kapcsolattartásban rejlik. Ahhoz értünk, hogy a fogyasztók érdekeinek és a gyártók know-how-jának védelmét egy tető alá hozzuk. A nyersanyag-beszállítók gyakran előnyhöz jutnak velünk, mert nem kell közvetlenül a vevőikkel dolgozniuk, valamint a csomagológyártók értékelik a hozzáértésünket és képességünket” – mondja Michael Scherzinger.

A siker a szolgáltatót igazolja. Ebben az évben a megrendelések duplázását tervezik. „Az ADJUVO Kft. ügynöki rendszere pont ehhez ad potenciált, habár korlátozottan. A magyarországi székhely hozzáértő munkatársak készenlétével száll versenybe a Nyugat-Európában még megfizethető árakkal. A kapcsolatot a vevőinkkel az interneten keresztül egy NEXT DOOR-EFFEKT segítségével tartjuk. Gyakorlatilag éjjel-nappal ügyfeleink rendelkezésére állunk. Mindezt felár nélkül.”

A 2015. évi HUNGAROPACK Magyar Csomagolási Verseny díjazottjai

Nagy Miklós, Svraka Angéla

Idén 32. alkalommal került megrendezésre a HUNGAROPACK Magyar Csomagolási Verseny, amelyet az Anyagmozgatási és Csomagolási Intézet még 1967-ben alapított és a CSAOSZ 2002 óta gondoz.

A versenyt kezdetektől fogva a nemzetközi megmérettetések – utóbb már csak a WorldStar Csomagolási Világverseny – szabályrendszere alapján szervezi meg a CSAOSZ. Ez is az oka annak, hogy idén csatlakoztunk a Csomagolási Világszövetség és az Interpack-kiállítást szervező Messe Düsseldorf közös kezdeményezéséhez, és „HUNGAROPACK Save Food díj” megnevezéssel egy, a HUNGAROPACK-díjakkal azonos értékű elismerés kiadását vállaltuk. A díjat olyan élelmiszer-csomagolás kaphatja meg, amely kategóriájában új megoldásával az élelmiszer-vesztés mérsékléséhez hozzá tud járulni.

Az idei versenyre 36 vállalatától 60 nevezés érkezett, amelyek közül egyet, a tavalyi pályázat megismérlése miatt, vissza kellett utasítanunk, így 59 munka bírálatát végezte el a zsűri. A nevező vállalatok száma eggyel ugyan elmaradt az elmúlt évitől, a nevezések száma azonban örvendetesen növekedett, hiszen tavaly 54 volt.

Az 59 nevezésből 51 tartozik a fogyasztói és gyűjtőcsomagolás, míg nyolc a szállítási csomagolás kategóriába. Ez az arány a korábbi években is hasonló volt, bár a többletnevezések mind a fogyasztói csomagolás kategóriában érkeztek.

Idén is nagyobb részt képviselnek a *csomagoló-szer-gyártóktól, bércsomagolóktól* érkezett nevezések, számuk negyvenhét. *Csomagolási tevékenységet végző vállalatától* 12 db készterméket tartalmazó csomagolást kaptunk.

A versenyen részt vevő 36 vállalat közül tíz első nevező, visszatérő – tehát egy-egy év kihagyása után, megfelelő szintű munka esetén pályázó – nyolc, a hosszabb ideje (az utolsó három évet vizsgálva) *minden évben* pályázók száma pedig tizenhét.

A verseny Bírálóbizottsága 2015. szeptember 3-án tartotta ülését, és hozott döntést a HUNGAROPACK, a HUNGAROPACK Save Food, a különdíjak és az oklevelek odaítéléséről.

HUNGAROPACK-DÍJAS ELISMERÉSBEN RÉSZESÜLTEK

Helia-D Kft.

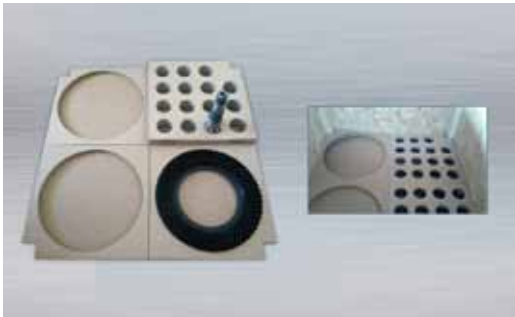
Helia-D Age Control Plus termékcsalád



A termékcsalád kétféle, egy nappali és egy éjszakai krém tartalmaz, mindkettő sejtregeneráló hatású, argán őssejt kivonattal készül. A prémium kategóriás készítményeket megújult arculatú, igényes csomagolásban hozzák forgalomba. A krémek elsődleges csomagolása üvegtégely, melynek megjelenését a színátmenetes füstüveg hatás teszi izgalmassá. A polipropilén záróelem és a tégely peremének óarany színe a magas minőségre utal. A tégely felületén szitanyomtatással is megjelenik az arany szín, amit jól egészítenek ki a fehér színű szövegek. Másodlagos csomagolásként a krémekhez bedugónyelves kartondobozt terveztek, fekete-arany nyomtatásuk jól illeszkedik a tégelyek grafikájához. A kartondobozon belül kimetszett betét gondoskodik az arckrém megfelelő rögzítéséről. A csomagolás összetevői szelektív gyűjtést követően újrahasznosíthatók. A tégelyek töltését, zárását gépi úton végzik.

Mosonpack Kft.

Kúp- és tányérkerék tengerentúli szállítási csomagolása



A nevezés egy magyar autóiipari vállalat által gyártott kúp- és tányérkerékek észak-amerikai exportra kerülő szállítási csomagolásának megújítása.

A szállítási csomagolás gépi kezelésre alkalmas faláda, hullámpapírlemez betét és VCI korrózióvédő fólia összetevők felhasználásával készül.

A nevezés lényegi részét a termékek csomagolóeszközön belüli elrendezését és mozgásmentesítését szolgáló betétek jelentik.

A kúpkeréket – VCI-fóliával burkolást követően – állítva helyezik a négy rétegben meghajtogatott, kimetszett hullámpapírlemez betétbe, a tányérkerék pedig egyesével kerül az ugyancsak kimetszett hullámpapírlemez tartóba. A faládán belül a betétek pozicionálását egyes sarkok kimetszésével érik el, amivel egyben az a faláda merevítését szolgáló fakerethez is illeszkedik.

Az áttervezett megoldás a csomagolószer-felhasználást az eredeti negyedére(!) csökkentette.

O-I Manufacturing Magyarország Kft.

750 ml-es belső mintázatú Bordolese Nobile üvegpalack



Az elegáns formájú, 750 ml űrtartalmú, menetes szájú, fehér színű Bordolese Nobile palackon belső mintázatot alakítottak ki. Az üveg különleges tulajdonságainak köszönhetően a gyártási eljárás során nem készülhet két teljesen egyforma palack. Külső felülete szinte teljesen sima, tehát a belső domborítás nem akadályozza a címkézést. A minta a folyadékkal töltött palackban alig láthatóan, fénytörésként jelenik meg, és csak a folyadék kiöntésével válik teljesen láthatóvá. A belső mintázat nagyszerű lehetőséget jelent egy termék bemutatására, ugyanakkor arra is képes, hogy egy márka egyedi tulajdonságait is tökéletesen kifejezze, és megkülönböztethetővé tegye a versenytársak termékeitől. A motívum igény szerint bármilyen palackon, akár annak teljes felületén is alkalmazható.

A mintázat lehet geometriai, de lehet akár ábra vagy logó is. A palack üveghulladékként újrahasznosítható és gépi csomagolásra teljes mértékben alkalmas. Ismereteink szerint, a különleges gyártástechnológiát a világon két gyárban alkalmazzák – közülük az egyik magyar.

STI Petőfi Nyomda Kft.

Hamisítás elleni védelmi megoldásokkal ellátott gyógyszeres doboz



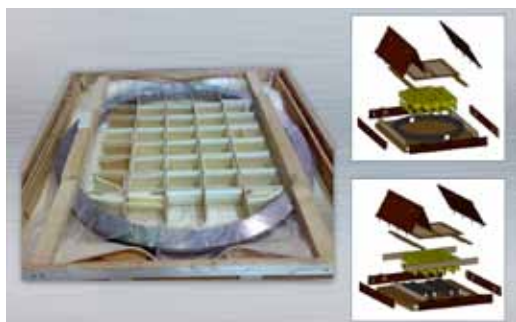
A gyógyszerhamisítás ellen leghatásosabbak a látható és láthatatlan jelek kombinációi a csomagoláson.

A négyszínű ofszetnyomtatással, kartonból készült, ellentétes irányú bedugónyelves szerkezetű dobozon megtalálható védelmi elemek a következők: *M-icon*, ami csak speciális lencse segítségével látható; *váltakozó méretű mikroírás*; a *szerializációt* szolgáló egyedi vonalkódos azonosító; *Braille-írás*; a *pozicionált hologram fólia*; *Twin ICI*: UV-fényben látható rejtett információ; *UV-fényre láthatóvá váló nyomat*, *fémérzékeny*

nyomat: a felület fémmel való érintkezés során megváltozik; *QR-kód*; a nyomon követhetőséget biztosító 2D adatmátrix, továbbá *egy speciális applikáció* alkalmazásával az eredetiség okostelefonnal is ellenőrizhető. A doboz *dézszállásbiztos zárású*, a gyógyszereszek primer csomagolása bliszter, a zárófolián sorszámozás segíti az adagolást. A fóliázott felületek eltávolítása után a doboz újrahasznosítható. A csomagolóeszköz szerkezete lehetővé teszi a gépi töltést.

Volánpack Zrt.

Megmunkálандó fémgyűrű újrahasználandó szállítási csomagolása



A fémötvözet gyűrűk gyártó–megmunkáló–gyártó közöttiállításához készült csomagolás újrahasználandó kivitelű, és pontosan meghatározott szállítási, tárolási, valamint kezelési feltételeknek felel meg.

A szállítási csomagolás összetevői: rakodólap-szerkezetű ládaalj, oldalelemek, rétegelt falemez-ből készült rekeszték, harmonikaszerűen nyitható tető és rögzítő segédelemek.

A fémgyűrűt a megmunkálás során darabokra vágják. A nevezett csomagolási megoldás egyaránt alkalmas a megmunkálандó gyűrű, valamint a feldarabolt gyűrűdarabokállítására úgy, hogy a csomagolás alapvető felépítésén nem kell változtatni.

A tervező sok apró részletre figyelve dolgozott (a harmonikaszerűen nyíló tető összecukodás elleni védelme), és jól kihasználta a kiinduló termék jellemzőit, a gyűrű belsejében lévő szabad területre helyezte a gyűrűdarabok befogadására szolgáló rekesztéket. A ládaelemek szegezés nélkül, oldható elemekkel állíthatók össze, zárhatók.

2015-BEN ELSŐ ÍZBEN HUNGAROPACK SAVE FOOD-DÍJAS ELISMERÉSBEN RÉSZESÜLT

Greiner Packaging Kft. és SáGa Foods Zrt. Snacki & Go! pulykavirslisli fogyasztói csomagolása



A kétféle ízesítésű mini pulykavirslishez mikrohullámú sütőben felmelegíthető, a felhasználást megkönnyítő egyedi csomagolást terveztek a szakemberek.

A termék a pohárból (melegítés nélkül) akár útközben is fogyasztható. A védőgázos technológiához PP/EVOH anyagösszetételű, gázzáró poharat hőformáztak, a pohár szájrészén fedőfólia biztosítja az eredetiséget/bontatlanságot és a szükséges záróképességet. A visszazárhatóságot egy fröccsöntött, szerszámban címkézett fedél rápattintásával biztosítják. A kényelmes fogyasztást hozzáadott villa segíti. A poharat egy perforáció feltépésével könnyen eltávolítható kartonöv öleli körbe, erre nyomtatták a kötelező információkat és a reklámgrafikát. A pohár és az öv együtt 15,5 g, míg a fedél tömege mindössze 5 g. A termékek csomagolását automata töltő-záró rendszerű gépen végzik. A pohár a zárófólia eltávolítása után, a kartonöv és a rápattintó fedél újrahasznosítható.

A CSOMAGOLÁSI ÉS ANYAGMOZGATÁSI ORSZÁGOS SZÖVETSÉG KÜLÖNDÍJAIT KAPTA

DOMI Fokhagyma Kft.

DOMI fokhagymacsatlád fogyasztói és gyűjtőcsomagolása

Dunapack Kft. Nyíregyháza

Kerti bútor és homokozó termékcsatlád hullámpapírelmez doboza

Green Packaging Kft.

Orvostechnikai berendezés tengerentúli szállítási csomagolása

Medikémia Ipari és Kereskedelmi Zrt.

PREVENT nedvesített törülköző család csomagolása

AZ ÉLELMISZER SZAKLAP KÜLÖNDÍJAINAK NYERTESEI

Béflex Zrt.

Plüss farm papírdisplay

Dunapack Kft. Nyíregyháza

„Boci Mix” táblás csokoládé kínálódoboz

Univer Product Zrt.

K'enni jó zöldségkrém termékcsalád csomagolása

A FÖLDMŰVELÉSÜGYI MINISZTERIUM KÜLÖNDÍJÁNAK NYERTESEI

FSD Packaging Kft.

Kézműves sajt kartondoboz

Keskeny és Társai 2001 Kft.

Panyolai Esszencia díszdoboz

Kompress Nyomdaipari és Szolgáltató Kft.

ZOLLAI baromfi termékcsalád csomagolóeszközei

A GS1 MAGYARORSZÁG NONPROFIT ZRT. KÜLÖNDÍJAINAK NYERTESEI

Béres Gyógyszergyár Zrt.

Béres Csepp Extra adagolópumpával

Sz. Variáns Kft.

Sárga Borház Tokaji Esszencia díszdoboz

A MAGYAR GRAFIKA KÜLÖNDÍJÁNAK NYERTESE

STI Petőfi Nyomda Kft.

Fing'rs SensatioNail kartondoboz család

A zselé alapú körömlakkok csomagolására azonos irányú bedugónyelves szerkezetű, 300 g/m² tömegű kartonból kimetszett dobozt terveztek. A konstrukciót a doboz hátoldalának meghosszabbításával kialakított betét egészíti ki, ami perforációk mentén a csomagolásba hajtogatva



a terméket biztonságosan rögzíti. Egy feltéphető szerkezeti elemnek köszönhetően a függesztett tárolás is megoldható. A tervezők alapvető célja az volt, hogy a vevő már a dobozt kézbe véve is teljesen pontos képet kapjon a benne lévő termék színéről és textúrájáról. A terméktulajdonság élethű megjelenítéséhez különleges technikát alkalmaztak: a négyszínes ofszetnyomatást és teljes felületű matt lakkozást szitatechnológiával végzett UV-formalakkozással egészítették ki. A grafikai elem így látványosan kiemelkedik a karton matt felületéből, és a szitanyomatásnak köszönhetően tapintással is érzékelhető. A vastag lakkréteg a hajlítási élre nem kerülhet, amit a grafikai tervezőnek figyelembe kell vennie. A terméket a betét rögzítése miatt kézzel helyezik a dobozokba.

A MAGYAR MŰANYAGIPARI SZÖVETSÉG KÜLÖNDÍJÁNAK NYERTESE

Caola Zrt.

CaoNatur kozmetikai termékcsalád csomagolása

A MUNKAADÓK ÉS GYÁRIPAROSOK ORSZÁGOS SZÖVETSÉGE KÜLÖNDÍJÁNAK NYERTESE

Thermofoam Kft.

Univerzális, újrahasználatos alkatrésztároló csomagolás

A NEMZETI FEJLESZTÉSI MINISZTERIUM KÜLÖNDÍJAINAK NYERTESEI

NEFAB Packaging Hungary Kft.

Nyomtatóburkolatok ExPak XL újrahasználatos csomagolása

Thermofoam Kft.

Alkatrésztároló habtálca

A NYOMDA- ÉS PAPÍRIPARI SZÖVETSÉG KÜLÖNDÍJÁNAK NYERTESE

Stora Enso Packaging Kft.
Set top box kartondoboz

A PACKAGING SZAKLAP KÜLÖNDÍJAI- NAK NYERTESEI

Adu Alba Kft.
Vákuumformázott műanyag habtálcák

Marzek Kner Packaging Kft.
Csokoládék demo kartondoboz családja

A PACKMARKET PORTÁL KÜLÖNDÍJÁNAK NYERTESE

Dunapack Kft. Nyíregyháza
Jubileumi díszdoboz

A PRINT & PUBLISHING SZAKLAP KÜLÖNDÍJÁNAK NYERTESE

CODEX Értékpapírnyomda Zrt.
Glyphogan agrokémiai booklet címke

A TRADE MAGAZIN KÜLÖNDÍJAINAK NYERTESEI

Gyulahús Kft.
Gyulai Kolbász Kódex díszcsomagolása

Mocca Negra Zrt.
Mantaro kávé termékcsalád csomagolása

PL Beauty Cosmetics Kft. – Paqart Design Kft.
Anaconda kozmetikai termékcsalád megújult arculata

A TRANSPACK SZAKLAP KÜLÖNDÍJAINAK NYERTESEI

Keskeny és Társai 2001 Kft.
Unicum szilva díszdoboz

Marzek Kner Packaging Kft.
I Heart boros címkecsalád

STI Petőfi Nyomda Kft.
Terra Pannonia kartonövek és tapadó címkék

Sz. Variáns Kft.
DiVino borok ajándékdoboza

A ZÖLD IPAR MAGAZIN KÜLÖNDÍJÁNAK NYERTESE

Green Packaging Kft. – Johnson Controls Mór Bt.
Autóülés-alkatrész újrahasználható szállítási csomagolása

OKLEVÉLLEL ELISMERT NEVEZÉSEK

Béflex Zrt.
Körbejárható, adagolós T-shirt display

CODEX Értékpapírnyomda Zrt.
Mospilán hajtogatott booklet címke

Coveris Rigid Hungary Effekt Kft.
2750 ml-es HDPE füles tejeskanna

Dunapack Kft. Nyíregyháza
Oszilloszkóp hullámpapírelemes doboza

Fingerprint Kft.
Angyal bor címkecsalád

FSD Packaging Kft.
Gyógyszercsomagolás hulladékának begyűjtő doboza

Marzek Kner Packaging Kft.
Mooncake Milk csokoládédoboz

Mucius Scaevola Kft.
Audio-technica készlettartó doboz

Parma Produkt Kft.
Patikárium termékcsalád csomagolása

RONDO Hullámkartongyártó Kft.
Emeletes hajtogatott joghurtos betét és Pizzás és salátás dobozcsalád

STI Petőfi Nyomda Kft.
Aqua Derma kozmetikumok kartondobozai és Terra Naturo kartondoboz család

A Magyar Csomagolási Verseny a WorldStar nemzeti programja, ezért a magyar verseny nyertesei jogosultak részt venni a WPO által szervezett világversenyen. Az idei megmérettetés különlegessége, hogy a Csomagolási Világszövetség 2016 májusában Magyarországon tartja tavaszi ülését, ennek záróeseménye pedig a 2015. évi WorldStar nyerteseinek díjátadó ünnepsége lesz.

Bízunk abban, hogy sok magyar csomagolás vehet át megérdemelten WorldStar-díjat Budapesten, 2016. május 26-án.

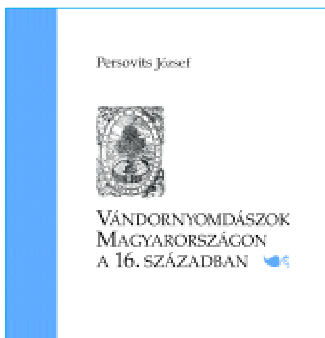
Gratulálunk a nyerteseknek!

VÁNDORNYOMDÁSZOK MAGYARORSZÁGON A 16. SZÁZADBAN

„A könyv a hitújítás egyik legfőbb fegyvere: anyanyelvű könyvek terjesztik a népek közt a reformáció tanításait.” (*Keresztury Dezső*)

Újabb kötetrel gyarapodik nyomdász szakirodalmunk, az *Optima Téka Kiadó Nyomdász könyvtár sorozatának ötödik kötetével*. A sorozatban eddig megjelent nagynevű elődök, *Misztótfalusi Kis Miklós*, *Helldai Gáspár*, a magyar betűművészek *hosszú sora*, majd a *Kner-dinasztia* után most a 16. századi vándortipográfusok küzdelmes életútjának és munkásságának áttekintésére vállalkozik a szerző.

A kötetben szereplő öt mester: *Huszár Gál*, *Raphael Hoffhalter* és fia *Rudolf*, *Bornemisza Péter* és *Mantskovit(s) Bálint* munkásságán keresztül ismerhetjük meg vándorlásukat. Ők a reformáció nyomdászaik. A sorok között felfedezhetjük mi motiválja küldetésüket, haza- és szakmaszeretettüket, ami miatt mérföldek százait hagyják maguk mögött poggyászaikkal útra kelve, ahová csak a legfontosabb eszközeiket viszik magukkal. Nemcsak „egyetemes tipográfusi képzettségű érdekes kultúrharcosok”, hanem több nyelven beszélő nyomdászok, mindezen felül pedig sok mindenhez értő mesterek is egy személyben. Betűt öntenek, szednek, nyomtatnak, a legvégén még a kinyomtatott könyveiket is bekötik, és próbálják piacozva eladni. Jól forgatják a tollat, prédikálnak, rajzolnak, ha kell, még egy-egy fametszet dúcát is kivésik, amit beépítenek az ólombetűik közé. Vándorlásaik, nyomdásztevékenységük azonban nem veszélytelen, nemegyszer életüket kockáztatják, vagy a már felépített alkalmi műhelyt azonnal bontani kell, és gyorsan továbbállni. Rendkívül óvatosan kell



navigálniuk rendek, fejedelmek, vajdák, gubernátorok, útonálló martalócok, birtokok között, amíg eljutnak az ország egyik végéből a másikba.

A typhotheta szerző, Persovits József is „vándor”. Eredeti szakmája betűszedő, tanulmányai során nyomdamérnök végzettséget szerez. Azután képletesen szólva kezébe véve a vándorbotot, először a Zrínyi, majd a Révai Nyomdában dolgozik,

közben elvégzi a MŰOSZ újságíró iskolát, és újságíróvá is avanszál. Szakmaszeretete, elkötelezettsége a magyar nyomdászattörténelem, az irodalom és szakirodalom művelése irányában régi keletű, mi sem bizonyítja jobban, hogy évekig a nyomdaipar központi lapjának, a *Typographia* szaklapnak a főszerkesztője is, de említenem kell a Kráter Kiadós múltját is. Megszámlálhatatlanul sok cikk szerzője, írásaival ma is rendszeresen találkozhatunk. Mellesleg még kilenc könyvet is írt. A mostani, a tizedik, tovább gyarapítja műveinek sorát. A képzeletbeli tortán pedig tíz gyertya adja a fényt.

Terjedelem: 116 oldal

Méret: 180 × 190 mm

Kötészet: puhatáblás, kartonált borító

A könyv ára: 1950 Ft.

Kapható az Írók Boltjában, a Huszár Gál könyvesboltban, a Libri hálózatban, a PNYME titkarságán, a Nyomdászszakszervezetnél, valamint a LUPE Magazin szerkesztőségében.

A szép kivitelű kiadványt ajánlom minden szakmabelinek és könyvet szerető olvasónak.

Vémi József

Az első élclapunkról

NYOMDÁSZATTÖRTÉNETI TÖREDÉKEK

Szerkeszti: Gécs Béla

Az első magyar élclapjainknak jelentős szerepe volt a nemzeti szellem ébrentartásában. Szerkesztői, munkatársai jól értettek ahhoz, hogy mindazt, amiről 1848 után nyíltan nem írhattak, a cenzor figyelmének kijátszásával egy-egy humoros történetbe, adomába, gyakran mindössze néhány, látszólag ártatlan szóba burkolva közöljék olvasóikkal, akik nagyon hamar megtanultak a sorok között olvasni. Így értette meg magát akkoriban humorisztikus sajtónk írógárdája, s így szerette meg – maga is könyvekkel a szemében olvasóját, a valóban sírva vigadó magyart.

E sajtóműfaj fiatal, de már ismert írói – lapjuk megjelenésének időrendje szerint: Lauka Gusztáv, Jókai Mór, Frankenburg Adolf, Tóth Kálmán, Kecskeméthy Aurél, Komócsy József – voltak kitűnő megteremtői az élclapirodalomnak, melynek ősi történetének nyomai messzire, 1801-ig nyúlnak vissza. A Tudós Palótz vagy Furkát Tamásnak Mónosbélbe lakó Sógor Urához írt levelei először egy német nyelvű, magyar kiadású lapban jelennek meg.

Az első magyar élclap 1848. július 1-jén jelent meg „Charivari” és alatta „Dongó” kettős címmel. (A furcsa hangzású francia „charivari” szónak magyarul a „macskazene” felel meg.) Szerkesztője és kiadója



Lauka Gusztáv. Minden számban kisebb vagy egész oldalas könyvomas „torzlapok” voltak, melyeket francia grafikus rajzolt. A prózai írások és versek a közélet ferde, nevetséges modorában ostorozzák, gúnyolják a valós jelenségeket. A lap hetente kétszer, szerdán és szombaton jelent meg egy kis íven, összesen száz lappal, fametszettel nyomtatott borítékban – Beimel József pesti nyomdájában.

Az induló lap nem volt hosszú életű, 1848. november 6-án megszűnt. Majd 1871 novemberében visszatért és népszerű, olvasott újság lett. Élvezetes képeit Jankó János rajzolta. Az élclap utolsó száma 1876. május 4-én jelent meg.

Még a „Charivari Dongó” idejében, 1856-ban jelentek



meg Jókai Mór szerkesztésében a „Nagy Tükör” című, majd a „Kakas Márton levelei” és a „Kakas Márton albuma” című rövid életű élclapok. Jókai nevéhez kötődik, 1858. augusztus 21-én egy szombati napon útnak indította az „Üstököst”, mellyel új irányt jelölt ki az élclapirodalomban, és évtizedeken át öröme, vigasztalása, gondozlatója és mulattatója lett a búbánatos magyar közönségnek.

Fred 15 színre lép

AZ ISO 12647-2:2013 SZABVÁNY BEVEZETÉSE ELŐTT

Békésy Pál, Mondat Kft.

Ha valaki megkérdezné tőlem, melyik dátum volt számomra a legemlékezetesebb 2015-ből, én gondolkodás nélkül a szeptember 30-át mondanám. Ugyanis ekkor mutatták be a Fred 15, azaz az ISO 12647-2:2013 projekt eredményeit Stuttgartban a HdM (Hochschule der Medien) egyetemen. Ezzel lezárult egy hosszú szakasz a projekt életében és mostantól a nyomdák és kiadók számára lehetőség nyílik a módosított szabvány gyakorlati alkalmazására.

Jó hírem van azoknak, akik eddig bele sem néztek a módosításba: valószínűleg nem lesz szükség költséges és hosszadalmas tesztnyomásokra, éjszakákba nyúló mérésekre, a szabvány egészen gyorsan és szinte költség nélkül adaptálható minden nyomdában.

A szabványt még 2002-ben hozták létre. Az volt a cél, hogy a nyomdaipari alapfestékek szín-tani paramétereit rögzítse különböző papírtípusokon, valamint meghatározza a toleranciákat, és az egyes papírosztályokon a tónusértékekhez tartozó kitöltésiárny-változást, azaz a pontnövekedést, ahogy mindenki ismeri. A szabványos színprofilokat használva a proofrendszerek jó megközelítéssel képesek lettek a nyomdai végtermék szimulálására.

Az ISO 12647-2:2004 szabvány a CMY festékekhez más pontnövekedést irányzott elő, mint a K, azaz fekete festékhez. Az egyes pontnövekedési görbéket betűjellel látták el, és 40%-nál minden egyes betűnél, az ábécé szerint haladva 3%-kal nagyobb pontértékek voltak meghatározva. Bár a CtP-rendszerek megadták a lehetőséget arra, hogy egy Target-görbét használjon a nyomda minden alapfestékhez, a szabvány miatt két görbét használt a legtöbb nyomda. Műnyomó esetén a CMY festékekhez az A görbét, az a feketeéhoz a B görbét. Ez számszerűsítve 40%-os árnyalati értéknél CMY festékeknel 53%, míg K festéknél 56% volt. A következő papírosztály a B és C görbét használta és így tovább, minden esetben 3%-os emelkedéssel a 40%-nál. A gépmester előtt a pulton egy összetett és ne-

hezen átlátható táblázat volt, hogy melyik papírosztálynál milyen értéket kell figyelnie a színes és fekete festéknél.

Az új szabvány egy pontnövekedési görbét határoz meg minden festékhez, a nyomdának nem kell tesztet nyomnia, hiszen csak a Target-görbe értékeit kell átállítani, minden alapszínnél egyformára egy papírosztályon belül. Az A görbe megszűnt és a műnyomó papíroknál a régi B görbének módosított értékeit kell használni, ami mostantól az A görbe lett, bár az értékek némileg módosultak. Mennyivel egyszerűbb a gépmestertől megkövetelni, hogy három számértéket jegyezzen meg, mint korábban hatot. A tapasztalat azt mutatta, hogy az esetek jelentős részében a két görbe számértékeinek megfelelő nyomatot sokkal nehezebb előállítani, mint egy pontnövekedési görbével, mert az egy görbe használata jobban megfelel a nyomdagépek természetes működésének. Az eltérés amúgy sem nagy, csak 3% a középárnyalatoknál. A módosítás szerint a 40% helyett az 50%-os mezőknél mérhető a régi értékek. Így a nyomaton a mérőmezőknél az eddigi 20%, 40%, 80% helyett érdemes lesz az 50%-ot mérni.

A műveleti festékek, tehát a cián, bíbor, sárga és fekete festékek CIE L*a*b* koordinátái némileg megváltoztak. Ezt mindenképpen figyelembe kell venni, s amennyiben szükséges, a festék réteg vastagságát úgy kell módosítani, hogy az új értékekhez minél közelebbi nyomatot produkáljunk, ezzel biztosítva, hogy a proof színvilágát a legjobban tudjuk megközelíteni. Amennyiben tehát a TVI-értékek nem voltak megfelelőek, a módosított szabványra átálláskor érdemes mégis tesztnyomást végezni, bár a legtöbb nyomdában ez valószínűleg elkerülhető.

Három ún. M faktor került a szabványba, ami a mérési feltételekben a megvilágítás körülményeit jelöli. Az M0 az A típusú izzót, az M1 a D50 megvilágítást, az M2 az UV-szűrést jelöli, míg az M3 a polarizációs szűrő használatát. A szabvány kiegészítése szerint minden mérésnél a jövőben

ezekkel a jelölésekkel kell feltüntetni a mérési felvételekben, hogy az M sorozat melyik változatával készült.

A proofpapíroknál megjelentek az optikai fehérítőt tartalmazó papírok. Használatukkal sokkal jobb papírszimulációt lehet elérni, és ezzel kevesebb megrendelői reklamációt. A proofrendszer tehát mindenképpen hozzá kell kalibrálni az új proofpapírokhoz. Az eddigi vizsgálataim alapján az OBA-t tartalmazó proofpapírok használatánál a proofrendszer stabilabb, az új színprofilokhoz a gépmesterek könnyebben hozzáállnak.

Az új színprofilok nevei: PSO Coated v3 műnyomó papírokhoz, PSO Uncoated v3 (FOGRA52) mázolatlan ofset papírokhoz. A profilok letölthetők a www.eci.org weblapról. Szintén letölthetők az eszközcsatolt profilok is, melyek megteremtik a kapcsolatot a korábbi és a módosított szabvány között. Sajnos a tekercsnyomatáshoz a színprofilok még nem készültek el.

Gyorsan át lehet tehát térni az új szabványra, az egyetlen tényleges költség a proof átállítása az új optikai fehérítőt tartalmazó papírra, de tessék elhinni, megéri a befektetés, főleg, mert más vászítás nem maradt egy nyomda számára sem.

A SZEMÉLYRE SZABOTT SBS KARTON A FEDRIGONITÓL

CARD COUTORE – ezzel a mottóval indítja útjára a **Symbol Card** kromoszulfát/SBS kartoncsalád kampányát a Fedrigoni papírgyártó cég, és mutatja be új mintakönyvét, amely számos ragyogó nyomat- és postpress-eljárást is alkalmazó mintával szemlélteti a kartonok sokoldalúságát.

„Személyre szabott”, hiszen a három minőség és a 210–580 gr/m² közötti 12 gramm súlyvariáns számtalan lehetőséget biztosít, legyen a végtermék akár képeslap, mappa, naptár, könyvborító vagy különleges csomagolás. A magas fehérségű és kitűnően nyomtatható, feldolgozható FSC-tanúsított félmatt mázolt felületű kartonok három minőségben érhetőek el: **Symbol Card** (egyoldalt mázolt), **Symbol Card Quick** (egyoldalt mázolt, hátoldala pigmentált), **Symbol Card 2S** (kétoldalt mázolt).

További hasznos információt talál a www.symbolcard.de oldalon, ill. érdeklődhet az info@fedrigoni.hu címen.

SCHAWK!

BUDAPEST

Tisztelt Partnereink!

Néhány hónappal ezelőtt tájékoztattuk Önöket az SGK/Schawk! és a Matthews International integrációjáról. Most örömmel osztjuk meg Önökkel a közös márkamegjelenésünket, amely 2015. szeptember 29-én lépett életbe.

A TWL Nyomdaipari és Kereskedelmi Kft. átvett egy új arculatot, a jövőben SCHAWK! BUDAPEST néven találkozhatnak velünk az alábbi elérhetőségeken:

SCHAWK! BUDAPEST

A part of SGK | A Matthews International company

T +36 27 343 470

F +36 27 343 471

iroda.budapest@schawk.eu

www.schawk.com

TWL Nyomdaipari és Kereskedelmi Kft. | H-2120 Dunakeszi | Pallag u. 25.

TYPOjam 2015

TIPOGRÁFIAI ÉS KREATÍV TÁBOR

Major Lajos

Vajon mi sül ki abból, ha ráeresztünk egy csapat „tette kész” fiatal egy közel sem „álmos” kis falura? Kisebb sokk – gondolnánk.

Bár ez a kérdés nem is olyan egyszerűen megválaszolható. Mert Bodrogkisfalud már alaptól beírta nevét azzal, hogy közösségi összefogással saját gördeszka- és bmx-pályát épített a falu fiataljai számára. Ez a nyitottság, természetes érdeklődés és a faluért való tenni akarás az indítómotorja a s=eee Graphic Design és a Bott Pince közös szervezésében idén ősszel, a Design Hét ideje alatt, első alkalommal létrejött TYPOjam elnevezésű betűtervező tábornak. Ami nevében is hordozva »jam«, mint »jam session« szót – utalva a betűkkel való önfeledt „örömködésre”. Ami három nagyméretű, egy 4,5 méter magas, faelemekből ácsolt, egy 3 mé-

ter hosszú, fekvő, porcelánformákból kirakott és egy másik 16 méter hosszú, 14 elemből álló parafa dugókból épített betűinstallációban valósult meg, ami a tervek szerint, elérvezve a falu további fejlődését fogja szolgálni.

A tábor startjaként a Kaposvári Egyetem – Dobokay Máté, Biró Dávid; a Museum für Druckkunst Leipzig (GER); s=eee (FRA); Benoît Bodhuin (FRA); Philippe Apeloig (FRA); HELMO (FRA); maena (ISL); Pidgeon (AUS) – eredeti szitanyomataiból nyílt kiállítás a „nagy tölgyfa” alatt lévő galériában. Több magyar–francia–német–izlandi–ausztrál alkotás és alkotó, de inkább fogalmazzunk úgy, szinte mind-

egyik itt a TYPOjam alatt volt látható először Magyarországon. Ezenkívül nemzetközi tipográfiai könyvek és bibliofil kiadványok, mint egy mini könyvtárként segítették a szakmai munkát.

A TYPOjam-ben folyó betű-építő munkát a napi work-



shopok és előadások egészítették ki: Voronko Vera – kaligráfia; Károly Sándor Áron – kemigram; Sukanto Debnath (IND) – animáció; Hunyadi Mátyás – anyagtudomány; Kárász Karolina – írástörténet; Ádám Anna és Vékony Dorotyta – performance; Hecker Péter – akcionizmus; tigric (Bereznyi Róbert) + LAT (Juhász Pál és Broder Ferenc) – elektronikus zene. Az esti borvacsorákat a tokaji régióhoz kapcsolódó előadások: Alkonyi László szakíró (Kaláka Pince), Bodó Judit borász (Bott Pince), Hudácskó Katalin borász (Hudácskó Pince) színesítették, és próbálták bemutatni a résztvevőknek a helyi élet és a borral való foglalatosság mindennapjait. De külön kiemelném a falu apraját-nagyját, a Bodrogkisfaludért Egyesület tagjait, a Kisfalucska Vendégházat, akik

önzetlen segítségükkel, a felejthetetlen vaddisznópörkölttel vagy a mesés házi készítésű sajtokkal, joghurtokkal és szörpökkel „bearanyozták” a tábor életét, mintha csak egy Jiří Menzel-filmben, a Hóvirág-ünnepben lennénk.

A tábor nagy előnye volt, hogy a résztvevők egy-egy alkotóval nem csak egynéhány percre, egy review idejéig találkozhattak, hanem az egész hét alatt bármikor fel tudtak tenni nekik kérdéseket, legyenek azok betűvel vagy borral kapcsolatosak. Sőt a tábor befejezése után több betűs projekt jelenleg is folytatódik, és alakul. Ezek, mint szervezőt, nagy bizakodással töltenek el, hogy talán jó alapjai lehetnek a következő évi, 2016-os tábornak.

A TYPOjam 2015 weboldala:
www.typojam.com





PAPÍR- ÉS
MŰANYAGHULLADÉK
KERESKEDELEM

A nyomdaipari papírhulladékok speciális kezelője.



Cégünk fő tevékenysége a nyomdaiparban keletkező papírhulladékok begyűjtése, kezelése, szállítása.

A gyűjtéshez, tároláshoz az igényekhez igazodva kínáljuk a leghatékonyabb eszközöket (gitterbox, 1100 l guruló kuka, big-bag zsák, konténerek 20-36 m³, présfejek, tömörítő konténerek).

A szükséges eszközöket teljes körű és térítésmentes együttműködés mellett kínáljuk, valamint vállaljuk nyomdatechnikai berendezések telepítését, szervizelését, finanszírozásának átvállalását is hosszú távú szerződés keretében.

Garantáljuk a rugalmas átvételi árakat árkövetéssel, a gyors és pontos fizetést, illetve szállítást.

<p>Schneider János kereskedelmi igazgató janosschneider@schozon.hu +36 30 912 2461</p>	<p>Karczub Mária kereskedelmi referens maria.karczub@schozon.hu +36 30 695 5368</p>
--	--



www.papirhulladek.hu | www.papirhulladek.hu | www.papirhulladek.hu

Faludi Viktória

Győre Fanni és Gellérfi Pál kedves fiatal pár, akik a munkában is együtt képzelik el a jövőt. Az alapvetően grafikai, képzőművészeti területet képviselő művészeket kérdeztük, miként jutottak arra az elhatározásra, hogy egy magasnyomó műhelyt hozzanak létre.

Még úgy három évvel ezelőtt, 2012 telén kószáltam a neten, és nézelődtem mindenféle grafikai fórumokon. Így bukkantam rá több olyan névjegykártya-nyomatra, amik nagyon megtetszettek, és lelkesen mutattam Fanninak: „Nézd! Nekem kell ilyen névjegy, ilyesmit szeretnék magamnak is!”. Nagyjából így indultunk! – emlékszik vissza Pali.

Pontosan mi kell egy ilyen elhatározáshoz? Miért tűnik logikusnak saját nyomdát összehozni egy névjegy elkészítéséhez, mintsem valahol elkészíttetni? Miként lehet egy ilyen hirtelen ötletet megvalósítani? Hát, leginkább három dolog szükséges hozzá:

Kellően hinni abban, hogy bármi lehetséges, ha eléggé akarja az ember

Nekünk három év kellett ahhoz, hogy eljussunk az indulásig. Rengeteg anyagot olvastunk el, kb 16 gép fordult meg a kezeink között, közel három hónapot (értsd 1080 órát, 3 x 30 x 12 órát) töltöttünk csak a felújításokkal, javításokkal, festésekkel és szerelésekkel, és ötször koccintottunk olyan szerzeményekre, melyek

az életben maximum egyszer jönnek szembe a szerencsés-sel. A lényeg, bízni kell abban, hogy ilyen ritkaságok manapság is jöhetnek szembe!

Nem szabad megijedni a félelmetesnek látszó dolgoktól!

Mint például 450 kiló vasöntvény műhelybe hurcolásától, mielőtt jön az eső. Vagy nem kell félni attól, hogy úgy vásároljon az ember egy gépet,



hogy arról csak egy 800 x 600 pontos képet látott és 1300 kilométerre van tőle. Ugyanis máshogyan sajnos nem megy.

Ebben a közösségben kevesen vannak még kevesebb gépre, eszközre, és ezért általában mindenki korrekt mindenkivel, hiszen valahol mindenkin múlik a szakma





túlélése. Egy-egy nyomdagép, 1-1 fabetűszett szétlángvágózása, szétszórása, elkallódása egy-egy technikatörténeti relikvia megszűnését jelenti. És itt minden ilyen relikvia, ezért pedig megéri kockázatot, áldozatot vállalni vagy felkötni a nácit és nekimenni a munkának.

Pozitívan kell állni a jövőhöz...

... és bízni magunkban, akár mennyire is az ellenkezőjét mutatják a körülmények! A legnagyobb nehézséget egy ilyen magasnyomó műhely összerakásánál (és a hasonló projekteknél) egyfelől természetesen az investíció jelenti, és itt nem is elsősorban az anyagi része az érdekes, hanem a munka és agyalás. Minden minőségi eszköz már antik, sorban állás van egy-egy kézi sarokgömbölyítőért vagy plakátnyomó gépért. És ha még hozzá is jut az ifjú nyomdász egy ilyen ritkasághoz, szinte mindig javításra szorulnak a portékák. A javítás alatt nem azt kell érteni, hogy három csavar hiányzik a négyből, hanem azt, hogy egy alkatrészt öntödében újra kell öntetni és marógéppel beállítani. Ami nem a szombati barkácsprogram vagy IKEA-bútor összeszerelés kategória, hanem az 'értsd-meg-a-gépet-és-ta-

lád-ki-a-hogyan't verzió. És ez egy alapfelszereltségnél is elég hosszadalmas, nehezen kalkulálható és véletlenszerű folyamat.

Másfelől az nagyon nehéz, hogy rajtad, vagy ugye esetünkben rajtunk kívül szinte minden ismerősünknek örült-ségnek tűnik a nyomdaépítés, de legalábbis lutrinak, hóbortnak stb. Hiszen piackutatás és hatáselemzés nélkül ki fektetne be bármit is bármibe az azonnali meggazdagodás ígérete nélkül?

Csupa tutti megmondás vett körbe minket is, és ilyenkor nagyon nehéz ezekre reagálni, hiszen van reális kockázat, de az nem az és nem feltétlenül akkora, mint amiről beszél-

nek mások, olyanok szoktak leggyakrabban „hozzászólni” az önmegvalósító ötletekhez, akik nem nagyon önmegvalósítottak még soha.

Persze, ahogy alakulnak a dolgaink, azért úgy csöndesednek a hangok. És ezt úgy fogjuk fel, hogy ez egyféle próbatétel, ha ennek dacára is megy, akkor bőven jó! Szóval ez a három dolog kellett nekünk is eddig, hogy idáig eljussunk.

Ugyan még nem vált önbeteljesítővé a tervünk, de a nehezen már túl vagyunk, és most már foglalkozhatunk a műhelyünk élvezetes, inspiráló és kreatív oldalával is, a nyomtatással – foglalta össze Gellérfi Pál a műhely létrejöttének történetét.



Bűnbeesés előtt

AVAGY NÉHÁNY SZÓ AZ ÉLVEZETI CIKKEKRŐL

Maczó Péter

A tettek következményei éppoly valóságosak, mint maguk a tettek, csak azok elkövetésekor nem számolunk ezzel.

– mondta Arthur Miller, a világ-szerte jól ismert író, akit a Marilyn Monroe-val kötött házassága ihletett a *Bűnbeesés után* című dráma megírására. Nos, ha elfogadjuk mottóként idézett szavait, akkor a bűnbeesés előtt az az a fázis, amikor mindennapi vásárlóként engedünk a vágyainknak (nem, ez most nem Marilyn Monroe), és egy kellően át nem gondolt mozdulattal leemeljük az üzlet polcáról azt, amit megkívánunk, pedig nem kéne. Itt persze kevésbé a Bip mosószere vagy a nullás lisztre céloznék, bár annak is megvan a maga bukéja, hanem olyan termékekre, mint az édességek (konkrétan csokoládé!) vagy



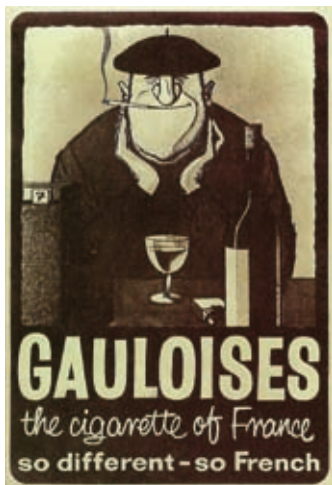
Absolut! már a név is tökéletes, az imázs pedig – Country of Sweden – de nem csak az italt szeretjük: szép a tárgya, elegáns a tipográfia. A Patrón tequila spanyolos hangulatú: gombóc fejű rusztikus üvegeihez illő betűválasztás – együtt van. A japán kalligráfia a sakés üvegeken, a kis piros pecséttel a távolkeleti grafikák stílusát idézi. Nemzeti jelleg, nem nacionalizmus.



az alkoholos italok legjobbjai (ezek minőségét itt és most a 30% felett érteném, nem vitatva el azt, hogy egy elegáns bor – árban sem marad le az égett szesztől – vagy egy finom sör, ahogy azt a hirdetésekben is látjuk, némely manapság nem túl sikeres, de nemzetinek vélt sport eseményéhez kapcsolts árúként reklámozva, szintén ezen megkísértések közé sorolható).

E hosszú zárójel – utánolvasva azért bizonyos hiányérzetet ébreszt bennem: igen, a hölgyek számára a tea avagy kávé (előbbi inkább rituális) öröme szintén megemlíthető. Igaz, ez utóbbi a háromból kevesebb kárt okoz, de mit tegyünk, ha a szokás szerint kínálkozó dohányzárú, a nemzeti dohányboltok sikere dacára sem ildomos, ráadásul a csomagolás szépségei ürügyén – amiről itt a csábítás okán szót ejtenék – egy brutális címkével: *ha szívod, megdöglesz*, már amúgy sem tartozik a kedvelt grafikus megbízások közé.

Furcsa és meglepő a közbevetett gondolat, amit egy régen látott Alain Delon-, Jean Gabin- és talán Gérard Depardieu-film




Gauloises



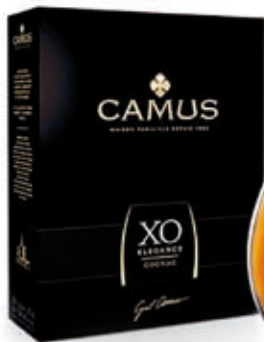


(*Két férfi a városban*) idéz fel bennem, amikor a vége felé (spoiler, mondanánk) a guillotine előtt gyorsan, szinte erőszakosan egy korty konyakot – feltételezem Napoleont – és két szippantás cigarettát (az meg Gitanes vagy Gauloises?) adnak a halálraítéltnak, aztán nyissz! Ami nem éri a nézőt váratlanul, bár erősen szorong, de el sem gondolkozik azon, hogy az élet örömeiből éppen e kettő: cigi és ital volnának a megfelelő búcsúztatók? Ez az, ami belénk ivódott (mármost nem az alkohol), a társadalom egyezményes tudata arról, hogy melyek az élet örömei... A nő (mint olyan) itt fel sem merülhet: maradjunk a csomagolásnál (*Happy Birthday, Mr. President* – és akkor mégis, itt van Marilyn)!

Giovanni Buton és 1820 áll a Vecchia Romagna üveg nyakán. Az aláírás (mintegy hitelesítésül) – ez eredeti!

A Camus cognacok (XO elegáncs) szinte a márkás parfümökkel vetekszenek.

Míg a Chivas (premium scotch) díszdobozán a viharos történelmi múltat idézik a dekorációk.



Tehát arról van szó, hogy a vásárlás során a termék (midőn áruvá vált, mert felöltöztetett) éppen külsejével hat ránk, és közvetlen hatása alól csak igen nehezen tudjuk kivonni magunkat. Az az információ, hogy tea, csokoládé vagy rum sem látványként, sem méretével nem akasztaná meg a polcokon pásztázó tekintetet, amely olykor céltalanul csak egy kicsit megpihenne...

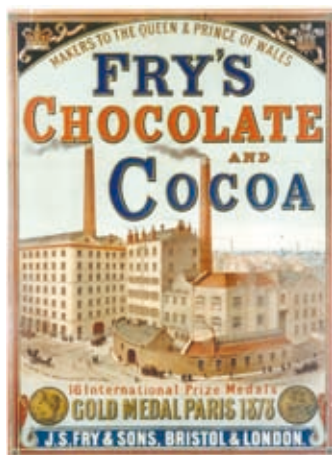
...ha ha – ha hagynánk! Mert ugyan nagy a tülekedés és az, hogy egy brand sikeres-e, azon a prózai tényen alapszik, hogy vásárolják-e? Ahogyan manapság, például a televíziók esetén, a csatornák nézettsége állandóan ellenőrzött, markáns adat. Itt azonban nem a kommunikáció, a csomagolás a lényeg, mert a csomagolás a kommunikáció maga!

Minden tervezőgrafikai feladat üzenet: rajzzal, fotóval és még inkább szöveggel. Ezen a területen pedig komoly, sőt direkterebb a megmértetés, mint például egy arculattervezésnél, vagy akár egy olimpia (inkább maradnánk a vizes világbajnok-

Tudjuk, mit jelent? A kutyatáp konzerv min. 2% húst tartalmaz, az almalé 12%-os, a lekvárban 60% gyümölcs és a csokiban 70% kakaó van... De vajon mit jelent, ha valakire azt mondjuk: 80%-



FERRERO

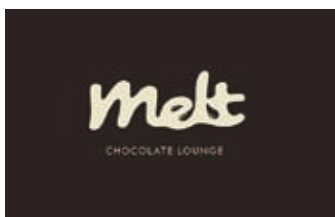


ságnál?) látvány szerinti értékbecslésénél, ahol az összetevők aránya eltérő, és sokszor nem a tervezőgrafikán múlik sikerük. Az élvezeti cikkek csomagolása szinte mindig jelentős tétel, ezen lehetne spórolni ugyan, de a vásárlás itt (ott) kezdődik. Az első lépés a csábítás: észreveszik-e az árut és milyen érzést ébreszt a vásárlóban? Nem feltétlenül fontos az, hogy mindenkinek tessenek, hiszen a termékeket alakjuk, színük, szaguk és ízük alapján más-más fogyasztói rétegeknek szánjuk. Ahogy egy literes tejet nem volna szerencsés márkás italok köntöskébe öltöztetni, úgy egy tinédzser whisky/whiskey (az amerikai angol barátainak) sem jelenhet meg az égetett szeszek között tetrapackos dobozban, praktikus, kis műanyag öntőszájjal. Elismerem, a hasonlat irreális, ám az édeskés, töltött csokoládét sem jó, ha kesernyésnek képzeljük, vagy (hogy azoknak a hölgyeknek is kedvezzek, akik csokit ugyan soha nem fogyasztanak...) szóval a zöld tea és a fekete sem ugyanaz, és az earl grey látványra is egész más, mint a vadcseresznye.



Cadbury az az John... 1831-ben alapította a céget. 1875-ben kerültek piacra az Easter egg tojások, jóval a népszerű Kinder előtt. A márkanévek és brandek esetén már a logó pozicionálja a cégeket: az írott, puha betűs, illetve az elegáns antikvák más rétegekhez szólnak.





Ezek a tulajdonságok a csomagolásról felismerhetők, szinte olvasni sem kell hozzá. A termékjellemzőket persze szavakkal is feltüntetik, ám az észlelésnél – amelynek vizsgálatát jeles csomagolástechnikai elemzések és széles körben végzett pszichológiai felmérések igazolták vissza – a szín a leghatásosabb jellemző. Felülmúlja a képek (vagy grafikák) erejét. Mi több, döntésünket a csomagolás alakja aligha befolyásolja, elég a dobozolt sörök kecsesen egybeszabott hengeres formájára vagy a kozmetikai termékek (a borotvahab, dezodor egyremegy) flakonjaira gondolnunk. Tehát a szín! Ennek szerepe az itt szereplő édességek és teák esetén nyilvánvaló, de az italok között is bizonyos tradíciót követ. Egy testes vörösbor érzelmi telítettségét nem keverhetjük össze egy hűvösen elegáns fehérrel. Itt is vannak személyes vonzalmak, bárha a gasztronómiai ajánlásokat illik figyelembe venni!

A második lépés (fázis) az, hogy meglátom a többiek között, és elcsábulok: kézbe veszem, ez a taktilis érzés szinte már olyan, mintha az enyém lenne...



A masni, mint a fehér térdzoknis kislányok vasárnapi díszje – anno – elengedhetetlen az ajándékozásra szánt delikát csokoládéknál is, ahogyan a tradicionálisan ünnepet jelző vörös és az arany (mértékkel) a termékhez illő sötétbarnákkal és narancsokkal harmonizál.

Mon Chéri, már a névválasztás is szívmengető, igaz, annak idején volt egy Kedvenc nevű táblás csoki is, bár nem pont így nézett ki...



Akarom! – ez itt (más, emberi kapcsolatokkal ellentétben) kizárólag rajtam múlik! Persze a megismerkedés csak azután következhet (hogyan kifizetem). Nincs ebben semmi megbotránkoztató. Az arc mögött, a ruha (értsd csomagolás) alatt kétféle meglepetés érhet. Ez részben a termék előállítójától függ, – a ruha teszi szindróma tehát itt is érvényes.

A termék megszületésekor (pre-konceptió?) – gyakran – már bizonyos eleve elrendelés érezhető. Ha prózaian fogalmaznánk, a gyártó sikeres akar lenni, ezért a piac elvárásait megszemlélően igyekszik figyelembe venni a tudatos tervezéssel. Logikus és ésszerű: olyasmit akar gyártani, amire igény van. Ennek áruba bocsátásához kell a vizuális inger, ami az élvezeti cikkeknel fokozottan függ a csomagolástól, vagyis kényesen árnövelő hatása van. Nem kalandoznék el, ha nem ezt éreznénk olykor bizonyos politikai spekulációkban, ezt az üzleti tudatosságot, ahol sajnos az ízlés és a morális kevésbé volna összekeverhető...





Egy csésze forró csoki!
és nem csak a gyerekek szeretik



Koco... *the best sh*t you ever taste (jól látják, csak a fenti csomagolás feliratát idéztem).*

Szivi... *von Herzen – a csokoládé a legnépszerűbb ajándék, ezért a gyártók szívesen készítenek szívecskés desszerteket.*

Díva – *a névválasztáshoz illően elegáns csomagolásban a Lindt új desszertszaládját mutatta be. A szép logó, a fekete selyemszalag és természetesen a (majdnem) arany érmecske is az ajándékhoz tartozik.*



Morál pedig a csomagolásban is van, mert a túllőztetett vagy más módon téves élményekkel hitegető terméket a vásárló csak egyszer veszi meg. Amit kevésbé szívesen, de egy grafikusnak tudomásul kell vennie (és ebben a megbízó ízlése sajnos csak az első akadály), az az, hogy a vásárló mit szeretne látni/venni. Durvában fogalmazva a közízlés. És itt vagyunk igazán bajban: miként mondjuk meg, hogy ez a termék így csinosabb lenne, amit meg rá akarnak húzni, az ízléstelen? De ha olyat akar... Erre konkrét, rosszízű példát is ismerünk: egy bizonyos Fekete Fej (indiánneven nevezvén) közép-re pozícionált kozmetikai családnál a vagány és modern új hajsampon családnak az értékesítési adatai zuhanni





kezdték, noha a termék ugyan-
az maradt. Egy (ha jól emlék-
szem) hamburgi dizájnstúdió a
tapasztalok alapján újratervez-
te a csomagolást és fél éven
belül közel negyedével ismét
emelkedett az eladott termék-
mennyiség. Ez az eset az ezred-
fordulón történt és egy szak-
mai rövidfilm mutatta be.
Ha meggondolom, és kézbe
veszem, ma is hasonló ahhoz.
A vásárlók egy bizonyos rétege
tehát ezt keresi. Közízlés?
No comment.

A cikkhez választott képekkel
részben az ismert és részben az
ingerlő, vagy egyre inkább
– közönségesen – dizájn cso-
magolásokra láthatunk példát.
Hiszen az előbb leírtak szerint
minden csomagolás tudatosan
tervezett: dizájn... csak nem
biztos, hogy szép.
Ami a látvány mellett mindvég-
ig természetes elvárás, az a
termékek védelme a fizikai és a
kémiai hatásokkal szemben,
az íz és az illat megőrzése, vala-
mint azok a ma már természe-
tes és járulékos képességek,
amelyek az áru használatánál
elvártak (például a bontás vagy
az adagolás professzionális
megoldásai).

Holland cappuccino

kávét már az egyajtós ruhásszekrény
méretű köztéren (hivatalokban,
üzletekben, irodákban és iskolákban)
elhelyezett automaták is adnak.
A kis tasakokban porított esszencia-
adagokból, vagy a mára igazán
divatosná vált különféle kapszulás,
...espresso jelzésű kávégépekkel
is készíthetünk – csak forró víz kell
hozzá, egy perc alatt készen van.
Az élet tempója új szokásokat indu-
kál, a fogyasztás rítusáról most itt
ne is elmélkedjünk (fahéjszórás
nélkül, egy cukorral). Csomagolásuk
ezeket az árukat is vonzóvá teszi.



A digitális világ kitágulásában, az alkalmazott grafikai munkák között a csomagolástervezés éppoly stabil jövőképet kínál, mint arányuk növekedése a nyomdai kivitelezésben. Meglehető a porlevesek és pasztrákérek hódítanak, de ezek materiális lényegén a virtuális valóság nehezen talál fogást. Legyen ez, nekünk konzervatív gourmandoknak vigasztalás a nemzetközi áramlatok és a kétes esélylatolgatások között, amikor lelkiismeretünk hallgat, és vágyaink szerint bűnös tettekre készülünk, – mert van, aki forrón szereti (de ez már megint Marilyn)!

Rooibos tea
(Dél-Afrika) doboza háromszögletű, két palástján a grafika ugyanaz, de elfordul, álló vagy fekvő helyzetben azonos.

Kínai teáscsomagok (jobbra) a kis korongok színeikkel a különböző ízeket jelölik.



TABLE OF CONTENT

3	<i>Viktória Faludi</i> : Dear Reader,
4	<i>László Dósa</i> : Raising 'brand image'-awareness in consumers
9	<i>Zoltán Tóth</i> : 2D-barcodes in anti-counterfeiting solutions
12	Packaging makers' panorama of Hungary
28	Xerox offers an instant solution to the Hungarian packaging industry
30	Successful start of Horizon Academy
33	The best ideas how to get the most out of the web to print service
36	<i>Viktória Faludi</i> : Alföldi Nyomda Zrt. Printing Co
42	25 years of Partners
43	<i>Margit Varga</i> : TPM and quality
50	<i>Viktória Faludi</i> : Itinerant Conference of PNYME (Hungarian Papermakers' and Printers' Association)
54	drupa innovation park 2016
56	<i>Michael Scherzinger</i> : Conformity check that keeps up with the times
57	<i>Miklós Nagy, Angéla Svraka</i> : Awardees of the HUNGAROPACK Competition 2015
61	Book presentation
63	<i>Béla Gécs</i> : About the first Hungarian humour paper
64	<i>Pál Békésy</i> : Fred 15 enters the stage
66	<i>Lajos Major</i> : TYPOjam 2015
68	<i>Viktória Faludi</i> : Typotrafik
70	<i>Péter Maczó</i> : Before the fall

INHALT

3	<i>Viktória Faludi</i> : Liebe(r) Leser(in)!
4	<i>László Dósa</i> : Erhöhung des 'Markenimage'-Bewusstseins bei den Verbrauchern
9	<i>Zoltán Tóth</i> : 2D-Strichcodes in Lösungen gegen die Fälschung
12	Rundblick auf die Verpackungshersteller in Ungarn
28	Xerox bietet eine Sofortlösung für die ungarische Verpackungsindustrie
30	Erfolgreicher Start der Horizon-Akademie
33	Die besten Ideen, um das meiste aus dem Service Web to Print herauszuholen
36	<i>Viktória Faludi</i> : Die Druckerei Alföldi Nyomda Zrt.
42	Partners seit 25 Jahren
43	<i>Margit Varga</i> : TPM und Qualität
50	<i>Viktória Faludi</i> : Wandertagung der PNYME (Verband der ungarischen Papier- und Druckindustrie)-
54	drupa innovation park 2016
56	<i>Michael Scherzinger</i> : Konformitätskontrolle, die mit der Zeit geht
57	<i>Miklós Nagy, Angéla Svraka</i> : Preisträger des HUNGAROPACK 2015 Wettbewerbs
61	Buchvorstellung
63	<i>Béla Gécs</i> : Über das erste ungarische Witzblatt
64	<i>Pál Békésy</i> : Fred 15 betritt die Bühne
66	<i>Lajos Major</i> : TYPOjam 2015
68	<i>Viktória Faludi</i> : Typotrafik
70	<i>Péter Maczó</i> : Vor dem Sündenfall