

Interjúalany neve: CSAPÓ György

Kos és Bika Reklámstúdió Bt.

1182 Budapest, Üllői út 633.

Alapítás éve: 1996.

Céges mobil: +36-20/937-6600; Kamarai mobil: +36-30/370-1017;

GSM: +36-30/693-3997 és +36-30/826-0630

Tevékenység: reklám és marketing-ügynökség

Mikrovállalkozás besorolású cég

mail: kosesbika@t-online.hu

web: www.kosesbika-reklam.hu

Interjú felvéve: 2010. szeptember 17. 10:40 – 11:30

A mérnök, közgazdász és külkereskedő végzettséggel és több (4) minisztériumi szakértői igazolványával is rendelkező vállalkozó ugyancsak külkereskedő feleségével együtt alapította a reklámstúdiót. Bizonyos értelemben nulláról indultak, amennyiben minden korábbi érdekeltiségüket eladták és abszolút családi vállalkozásba konvertálták addig realizált jövedelmeiket. A reklámstúdió a termékpropaganda, a kapcsolatszervezés és a marketing nagyon széles skáláján működik: a névjegykészítéstől a TV-műsorokig mindennel foglalkoznak, kreatív ügynökségi-, nyomdai- és rendezvényszervezési tevékenységeket is beleértve.

Az idáig vezető utat egy kicsit áttekintve az tűnik ki, hogy az interjúalany 1989 óta önálló vállalkozó, de már előtte is dolgozott gmk-s keretekben is. A reklámstúdió megalapítása előtti évtizedben összesen 10 cégben volt üzlettársként, ügyvezetőként, vagy egyéb szerepkörben érdekelt. Eredeti hivatásától eléggé messze került, hiszen úttörővasutas (általános iskolás) korától a szakközépiskolán át a műszaki egyetemig a vasútgépész szakmában tudta elképzelni a jövőjét. A Ganz-Mávag mozdonytervezésében dolgozott sikeresen, hiszen 27 évesen már bekerült abba a hét fős csapatba, mely az új mozdonyok kialakításának főbb paramétereit határozta meg. Tervezőként 4 rajzasztalon dolgozott szimultán. Amikor szétverték a nagyvállalatot és megszüntették a hazai vasúti jármű gyártást, új szakterület után nézett, a húsipart kiszolgáló élelmiszeripari gépgyártásban és fejlesztésben folytatta munkáját több cégen majd saját kft-jén keresztül. Ezzel párhuzamosan több vállalkozásban is érdekelt volt és azokban az értékesítéssel, marketinggel foglalkozott. Pár év múlva már kissé soknak tűntek a feladatok és a gazdasági válság (1994-96) is változtatásokat kényszerített ki. Ekkor körülnézve és a szituációt átgondolva jutottak feleségével arra a megállapításra, hogy a megelőző években összegyűjtött értékesítési és vállalkozás-irányítási tapasztalataikra támaszkodva családi reklámstúdiót volna érdemes beindítaniuk. Amikor a családi vállalkozást alapították, eszükbe sem jutott, hogy a csillagokból válasszanak nevet, de a cégbíróság minden előző elképzelésüket, összes javaslatukat foglaltság címén visszadobta. Ezért aztán a házaspár többé-kevésbé mérgében döntötte el, hogy kettejük csillagjegyeiből tevődjön össze az új reklámstúdió neve. A családfő a Kos jegyében látta meg a napvilágot, felesége pedig a Bika csillagjegy szülötte, ezért a vállalkozást végül is Kos és Bika Reklámstúdió név alatt vették nyilvántartásba. „Utólag hálás vagyok a sorsnak, hogy így alakult, mert ennél szerencsésebb neve egy reklámügynökségnek aligha lehetne” – mondja. Ezt elég egyetlenegyszer meghallani és máris megragad az emberek fejében. Ebben a szakmában ez igen-igen fontos.

Arra a kérdésre, hogy mi volt a legnagyobb sikere a vállalkozói életében, úgy válaszolt: különösen büszkéek a XVIII. kerületért végzett nagyon sok fáradozás szép eredményeire, a helytörténeti falinaptárak tömegének a megvalósítására. Ezekkel minden ott lakó család találkozhatott, meg a Városüzemeltető Kht. hajtogató naptárával is, ami ugyancsak az Ő alkotásuk és minden ház, minden lakás postaládájába bedobták. A falinaptárak sokszínű képet adnak a kerület múltjából és jelenéből, a hajtogató naptárból pedig tetraéder-piramist lehet összeragasztani és különösen a dolgozószobákban, íróasztalokon mutat jól. E kedves ajándékoknál sokkalta komolyabb alkotások

is dicsérik azonban a céget. Például az, hogy részt vettek a kerület első nagy uniós beruházásában – a kommunikációs és a nyilvánosság biztosítása terület felelőseként – a Bababirodalom bölcsőde és szolgáltató központ megvalósításában. Felesége örömmel vett részt a kerületi E-központ munkájában is. Mindennapos tevékenységük fontos része, hogy számos helyi mikro- és kisvállalkozásnak adnak rendszeres marketingtanácsokat. Cégismertetőket készítenek számukra és honlapokat, interaktív és multimédiás anyagokat, CD-ket, DVD-ket is. Ebbe szó szerint az egész család besegít. Nagy sikerű volt a 2010. év elején rendezett „Zöld energia” konferencia is, amely nemcsak az unásig sulykolt megújulókkal foglalkozott, hanem nagy hangsúlyt helyezett az energiafelhasználás hatékonyságára és az energiahordozókkal való takarékoság lehetőségeire is. Ezen felül több budapesti és országos egészségügyi rendezvényt szerveztek nagy érdeklődéssel kísérve. A BKIK 160 éves fennállása alkalmából a „Főváros gazdaságáért” díjjal tüntették ki legutóbb, 2010. szeptember 21-én, ezt negyedszázados vállalkozói életében az Őt ért legnagyobb megtiszteltetésnek tekinti. De a siker zálogának mondja az állandó és nagyon stabil, megbízható alvállalkozói kört, amellyel dolgoznak. És egyáltalán azt, hogy 15 éve ugyanazon a folyamatosan telítődő reklámpiacon még mindig a felfutó ágban definiálhatják Magukat. Tréfából még azt is hozzáteszi, hogy „Stabil a cég, ez abból is látszik, hogy nem minusz, hanem 2500 forintos túlfizetésünk van az APEH által vezetett folyószámlán”.

Kudarccokat nem tudott megfogalmazni – persze ha nem nyernek el egy-egy munkát, az bántó, de ezekből is tanulni kell és javítani a jövőben. Mai fejével a korábbi vállalkozásaiban már nagyon sok döntést máshogyan hozott volna meg, lehetett volna merészebben álmodni. A túlzott óvatosságot lehet utólag kudarcnak érezni és értékelni, miközben ezek is közrejátszottak abban, hogy nem ütött be nagyobb ménkö annak idején.

Időhiány miatt kevés barátot veszített el, ellenkezőleg, a kamarában betöltött vezető szerepkörben¹ még újabbakat is gyűjtött. Az esetleges beszűkülés nem első sorban a vállalkozással függ össze. A barátság szerinte összeegyeztethető az üzlettel, de nagyon precízen kell meghatározni, meddig üzlet és honnan barátság. Mindez a kölcsönös becsület és tisztesség kérdése mindkét részről. Mindazonáltal a sikeres üzlethez bizalom éppúgy szükséges, mint barátság. A kompetenciáit is jól csiszolhatta előző vállalkozásaiban, használható pénzügykezelési háttérrel kapott korábbi érdekeltségeiben. Nagyon alaposan válogatta meg az alvállalkozóit és alkalmazottait is. Ami még nagyon jól szolgálja a sikerességet, az az, hogy nagyon színesnek tartja a reklámszakmát, mindig érdekelte ez a terület és 15 év után is élvezzi azt amit csinál. Sosem a rutinmegoldásokat kereste, hanem mindig az eredeti gondolatokat preferálta, nem ment a „falka” után. Új utakat szeretett meghódítani, most is évente belefognak egy-egy új tevékenységbe.

A munka-szabadidő arány a hétköznapijában nagyon változó, a megrendelésállománytól és a kamarai tevékenységek sűrűségétől függ. Nem vádolható munkamániassággal, ragaszkodik a saját szabadidőhöz és a lazítás lehetőségéhez. A család nagy tehermegosztó szerepet vállal, de ez természetes is, hiszen feleségével egyenletesen osztják meg a feladatokat, ugyanakkor már mindkét lányuk is besegít. A nagyobbik külföldön dolgozik, miután uniós közigazgatásból szerzett második diplomát Ludvigsburgban, jelenleg szerződéssel egy duna-menti egyetemi együttműködéssel foglalkozó EU-projektben, közben Münchenben mediációt tanul. Egyenleti a cég nemzetközi kapcsolatait, már szerzett export megbízást. A kisebbik direktebb szerepben osztja meg energiáit az ELTE egyik master szakának befejezése során, továbbá egy nagy hazai reklámügynökségnél értékesíti az otthon „felszedett” tudást és még dolgozik a cégben is. Ez biztató a most még egyáltalán nem aktuális utódlás szempontjából is, tehát Ők lassan, de biztosan belenőnek a cég munkájába és később irányításába. Amit el szeretne érni vállalkozóként – ennek az ifjakat nevelő tevékenységnek a kiterjesztése, szeretné fiataloknak átadni összegyűjtött szakmai tapasztalatait és tudását. Ennek érdekében néhány éve gyakornokokat is foglalkoztatnak, 2-től hat hónapos

¹ Már a második ciklusban választották alelnökké a BKIK-ban, egyúttal a Marketing-Kommunikációs Szakmai Osztálynak is elnöke.

időtartammal, egyszerre legfeljebb hármát. Miután eddig főleg a cégesvilágban mozogtak, szeretnének a jövőben az eddig mellőzött lakossági szolgáltatások felé is nyitni esteleg ezzel párhuzamosan valamilyen kereskedelmi tevékenységet is folytatni.