

Frissebb, könnyedebb gyerekkönyvek

A Napraforgó 2005-ben lépett a magyar piacra, egy spanyol könyvkiadó (Susaeeta) leányvállalataként. Milyen kihívásokkal járt a spanyol címek, szerzők bevezetése a sok szempontból még ma is ortodox hazai gyerekkönyves világba?

Minden új szereplő számára nagy kihívás a magyar könyvpiacra bevezetni egy új kiadót, aminek elsősorban a koncentrált, kevés szereplős terjesztési hálózat az oka. A könyveink azonban új színfoltot vittek a hazai kínálatba, a könyvolvasó és -vásárló közönség pozitívan fogadta a színes és szórakoztató jellegű kiadványokat, így egyszerre volt könnyű is a feladat.

A Napraforgó portfóliója változott az elmúlt nyolc év alatt? Melyek azok a szegmensek, ahol a versenytársak elé tudtak kerülni egy ötlettel, egy címmel, egy sorozattal?

Kezdetből a legkisebb korosztályt céloztuk meg, „nullától” 6-8 éves korig, azonban az utolsó években a felső korhatárt igyekszünk emelni. A portfóliónk másban nem nagyon változott az elmúlt majdnem egy évtizedben: arra koncentrálnunk elsősorban, hogy minél színvonalasabb és tartalmasabb könyveket kínáljunk az általunk képviselt témakörökben kis olvasóinknak. Az anyavállalatunkon kívül más külföldi kiadókkal is együttműködünk, és saját fejlesztésű könyvünk, illetve sorozatunk is van már (Magyar klasszikusok). Igyekszünk mindig a magyar olvasók igényeit figyelembe venni, amikor összeállítjuk az éves tervünket. Úgy érzem, hogy a könyvek kiválasztásában sikeresek vagyunk, hiszen az éves kiadásunk általában fele utánpótlásból áll.

Sokan elmondják, hogy a magyar könyvkereskedelmi szisztéma egészen sajátosan lassú és körülményes. Ön nyilván szembesül az anyavállalat kihívásaival, és fordítva is, a spanyol partnerek vélhetően látják a magyar körülményeket. Nemzetközi nézőpontból milyennek látszik a magyar könyvpiac?

Nagyon erősen eladás-orientált vállalkozás az egész cégcsoportunk, így különösen induláskor az energiáink döntő többségét nekünk is erre a tevékenységre kellett fordítanunk. A Napraforgó Könyvkiadó partnerköre és a kereskedelmi forgalom összetétele meglehetősen eltér a hazai átlagtól, sokkal kevésbé koncentráldódik néhány nagy vevőre. Ez szisztematikus piacépítés eredménye, ennek köszönhetően nagyságrendileg egyharmad-egyharmad-egyharmad arányban oszlik meg a forgalmunk a kiemelt, közepes és kisvevő kategóriák között, összesen 5-600 partnerrel dolgozunk együtt. Természetesen ezt az intenzív piacfedést a termékkörünk jellege teszi lehetővé, vagyis az, hogy populáris gyerekkönyveket adunk ki.



Mindemellett rengeteg munka áll mögötte: egy nagyon hatékony, lelkes kis csapat.

A magyar piachoz hasonlóan koncentrált piac nemzetközi szinten nem nagyon létezik, ezt kintről és bentről is nagyon jól lehet látni. De minden piac más, minden kiadóvezetőnek a saját országában a saját stratégiáját kell sikeresen végigvinni, könnyű piac egyszerűen nincs. Az anyavállalatunk rendkívül rugalmas, tulajdonképpen a hétköznapiakban az én munkám és a helyzetem nem sokban más, mint bármelyik más hazai kisvállalkozásé.

A sikeres leányvállalatok egy idő után sok esetben befogadóból kiajánlóvá is válnak. Találkozik olyan teljesítményekkel a magyar gyerek- és ifjúsági könyvészetben, amit érdemes lehet kiajánlani a spanyol partnernek is?

Természetesen készülnek ilyen könyvek Magyarországon, de mivel mi csak nagyon kevés címet fejlesztünk és azt is kifejezetten saját, hazai piaci igényeink miatt, ez eddig nem nagyon jöhetett szóba, nem tervezek erre hangsúlyt fektetni a jövőben sem. Véleményem szerint ahhoz, hogy nemzetközi szinten eredményesen lépjenek fel a kiadók, szerzők és illusztrátorok, sokkal frissebb, modernebb, könnyedebb könyvekre lenne szükség, mint a cikk elején említett „ortodox” gyermekkönyv-kínálat. A gyerekkönyvek a gyerekeknek szólnak, a gyerekek döntenek el, hogy tetszik-e nekik, sokkal inkább kellenek a véleményükre, a választásukra hallgatni, és nem felnőttként gondolkodva a saját ízlésvilágunkat rájuk erőltetni. Akinek sikerül megtalálni az egészséges egyensúlyt abban, hogy valami könnyen fogyasztható, de ugyanakkor jó minőségű legyen gyerek, szülő és pedagógus számára egyaránt, az mindenképpen sikerrel indulhat a nemzetközi piacon is, szerencsére van erre példa.

Mintha változna a magyar könyvkereskedelem szerkezete. A hagyományos, könyvesbolti forgalmazás mellett tíz év alatt jelentősen váltak a hipermarketes eladások, az utóbbi néhány évben pedig megszilárdult az újságos standos könyveladási gyakorlat is – miközben az utcai árusítás teljesen marginalizálódott. Hogyan látja, mi a jövője könyvkereskedelemnek – milyen feladatokat ad ez a jövő a kiadók számára?

Sajnálattal tapasztaltam az idei évben, hogy miközben a kiadó forgalma szépen emelkedett, a hagyományos könyvszakmai szereplőké visszaesett annak ellenére, hogy közel kétszáz könyvet adtunk ki az idén, tehát készletek bőven vannak az üzletekben. A kiesést mi tudtuk pótolni más, nem könyvszakmai szereplőkkel, de a jövőre nézve ez vészjósló. A boltlázatokon kívül független könyvesboltokat gyakorlatilag már csak elvétve találunk, a korábban legsikeresebbek is komoly gondokkal küzdenek. A hipermarketek már régóta nagyon nagy forgalmat bonyolítanak, egyre inkább átcsoportosul a kiskereskedelem ezekre a piacokra, de nem csak könyvben, sőt, talán a könyvkereskedelem egyre intenzívebb átcsoportosulása a hipermarketekbe pont annak az eredménye, hogy minden fontos termékör ezt már megelőzte. Összességében a forgalom szempontjából egy kiadónak az a fontos, hogy piacot találjon magának és el tudja adni a könyveit, ez a folyamat inkább a könyvesboltokat és hárlázatokat érinti érzékenyebben. Emellett nagyon komolyan kell venni az online értékesítés térhódítását, valamint a könyvek adaptálását ebook formátumba. Gyerekkönyvek esetében ez rendkívül izgalmas és kreatív feladat, az első lépéseket már megtették néhányan ebben

az irányban, a mi anyavállalatunk is, de a változások olyan hirtelen fognak ezen a területen a nyakunkba szakadni, hogy szerintem erre még senki nem készült fel igazán.

Milyen érdekességekkel készülnek a téli könyvvásárra, a könyvpiac legintenzívebb időszakára?

Elindítunk egy új sorozatot, Legendás utazások címmel: gyönyörű ismeretterjesztő albumok, a vonatok és hajók szerelmeseinek szólnak, gyerekeknek és felnőtteknek egyaránt ajánljuk.

Megjelent nemrég egy nagyon érdekes könyvünk, A gépek működése. Játékos módon vezeti be a gyerekeket a fizika világába úgy, hogy a könyvhöz mellékelt elemekből meg is építhetik a különböző szerkezeteket. Hasonló témakörben kiadtunk egy másik könyvet is, 365 játékos kísérlet címmel, amely a fizika, kémia, képzőművészet, gasztronómia mellett még számos érdekes témakört ölel fel, és kreatív kísérletezgetésre tanítja a gyerekeket. Folytatjuk a népszerű Keresd meg! sorozatunkat, ezúttal a vonatok és a repülőgépek a két új kötet témája. Megjelent két gyönyörű origamis könyvünk, Alkotó kezek címmel, és több mesekönyvet is kiadtunk, mint például a Hercegnő a barátnőmet (a tavaly megjelent Balerina a barátnőm című könyv mintájára), Az 50 legszebb klasszikus mesét, az Olvasni jó! sorozatot. Belefogtunk egy gyönyörű illusztrált mesealbum-sorozatba is, Értékeink címmel, megjelentettünk egy óvodás korosztálynak szóló bibliát, Biblia kicsiknek címmel.

Sok-sok más új és utánnomásban megjelent könyvünk érkezett még ezeken kívül, felsorolni is alig tudnám fejből, érdemes megtekinteni a kínálatunkat a honlapunkon, vagy az üzletekben.

Legendás utazások
4990 Ft
295 × 205 mm
32 oldal
kihúzható oldalakkal,
felemelhető ablakkal

Keresd meg!
1790 Ft
235 × 290 mm
32 oldal
keménytáblás

Az 50 legszebb klasszikus mese
4990 Ft
180 × 225 mm
512 oldal
flexibilis borítóval

365 Játékos kísérlet
3990 Ft
195 × 270 mm
280 oldal
bélelt borítóval

Karácsonyi móka
990 Ft
265 × 275 mm
16 oldal
origami papírokkal,
kiemelhető elemekkel

Biblia kicsiknek
1990 Ft
140 × 175 mm
144 oldal
bélelt borító
3 éves kortól

Napraforgó
1047 Budapest, Baross u. 91–95. • Telefon: (06-1) 272 1313 • Fax: (06-1) 272 1312 • E-mail: napraforgo@napraforgokiado.hu • www.napraforgokiado.hu