

# Hogyan választ egy könyvkiadó nyomdát?

A NYOMDAVÁLASZTÁS SZEMPONTJAI A MAGYAR KÖNYVKIADÓKBAN

**Halápy Ferenc**

**Az idei FairPrint konferencián a fenti címmel tartott előadást Kiss Gábor, a Tinta Könyvkiadó tulajdonosigazgatója. Az előadást követően tettem fel az alábbi kérdéseket az előadónak.**

*– A könyvkészítésben a szerző–kiadó–kereskedő–vásárló négyesbe a kiadóhoz még hozzá kell kapcsolnunk a nyomdát is. Miért különleges ebben a sorban a nyomda szerepe?*

– A nyomda a végterméket állítja elő. A könyvkészítés során mindvégig van lehetőség kisebb-nagyobb javításra. A szöveget lehet szerkeszteni, stilizálni, a hibás tördelést javítani, de a könyvön, mint végterméken, nincs javítási lehetőség.

*– A Tinta Könyvkiadó kiadványai nyomdatechnikailag széles skálát ölelnek fel, van kis példányszámú ragasztott szakkönyvük és van több ezres példányszámú keményfedelű szótárunk is. Hogyan látja a nyomdák helyzetét?*

– Csak a könyvnyomtatás során szerzett tapasztalataimat említhetem, hangsúlyoznom kell, hogy nincs rálátásom más termékek, például csomagolóanyagok vagy reklámanyagok nyomtatására. Azt érzékelem, hogy nyomókapacitásból jelentős túlkínálat van. Ugyanakkor látom azt is, hogy a keménynyomtatás kapacitása az elmúlt években – főleg a karácsonyi könyvvásárra és az ünnepi könyvhétre megjelenő kiadványok ütemes gyártásához – nem volt elegendő. Úgy tudom, hogy ezért a közelmúltban több nyomdában is fejlesztették a keménynyomtatás kötészeti kapacitását. A hazai nyomókapacitás-túlkínálatot még tovább növelheti a külföldi nyomdák bevonása a magyar könyvgyártásba. És itt a szlovák, szlovén nyomdák mellett gondolnunk kell a romániai cégek megjelenésére is.

*– Nagy vonalakban mi jellemzi napjaink könyvkiadását?*

– Már volt rózsásabb is a helyzet. Egyrésztől könyvtúlkínálat van. A magyar piac nagyságá-

hoz képest sok könyv jelenik meg. A könyvtúlkínálattal párhuzamosan a könyves szakma minden résztvevője tapasztalja a vásárlóerő csökkenését. Ennek oka egyrészt a mai magyar valóságban keresendő, aminek oka a családok elszegényedése és a közintézmények, iskolák költségvetésének jelentős megnyirbálása. Ezek mellett pedig nagyon érzékenyen érinti a szakkönyvkiadókat, hogy az állam mára szinte teljesen kivonult a szakkönyvtámogatásból, pedig tíz éve még évi 700 millió forintos keret volt a felsőoktatási tankönyvpályázat keretösszege. Ugyancsak felfigyelhetünk arra, hogy a megjelent könyvek példányszáma csökken. Ez kihívás a nyomdák számára, az új technológiák, például a digitális nyomtatás bevezetését seghetheti elő.

*– Sorra nyílnak az eddig nem látott nagyságú könyváruházak. Ezek megjelenése, gondolom, jótékonyan hatott az értékesítésre.*

– Épp ellenkezőleg, a nagy könyvesházak megjelenésének több hátrányát látom, mint hasznát. Az ok abban a hihetetlenül igazságtalan magyar könyvterjesztői gyakorlatban keresendő, amit úgy hívunk: bizományosi rendszer. Mára a kereskedő csak bizományba vesz át könyveket a kiadóktól. A kereskedők részéről diktátumszerűen megadott 45%-os terjesztői jutalék mellett az igazi baj az, hogy a kereskedő nem vállal kötelezettséget arra, hogy a számára bizományba átadott könyvekből valamennyit el is ad. Így a könyvkiadók a magyar könyvkereskedelmi rendszerbe szinte mint egy feneketlen kútba szórják bele a kiadványaikat.

*– A kereskedők a kiadók felé vannak alkupozícióban a könyvtúlkínálat miatt, a kiadók pedig a nyomdák felé a nyomókapacitás-túlkínálat következtében. A nyomdákvaló ártárgyalás során a kiadók kihasználják ezt?*

– Nincs más választásuk. Minden egyes könyv nettó árának 45%-a terjesztői jutalék, a fennmaradó 55%-on osztozik a nyomda, a szerző és

a kiadó, valamint tartalmaznia kellene egy szerény nyereséget is. Ne felejtjük el, hogy a kiadói költségek sora is hosszú: szerkesztés, nyomdai előkészítés, kiadói rezszi, szállítás, raktározás, reklám. A nyomdaköltség a könyv nettó árának átlagosan 25%-a, tehát a fennmaradó 30%-kal rendelkezhet a kiadó. Ha a nyomdaköltséget sikerül lejjebb szorítani, akkor a kiadói rész emelkedik.

*– A könyvek nyomdaköltségén kívül milyen más szempontokat vesznek figyelembe ma a könyvkiadók a nyomdaválasztáskor?*

– Az előadásomra készülve kis közvéleménykutatást végeztem más kiadókban dolgozó ismerőseim között. Mindnyájan hangsúlyozták, hogy a gyártási ár nagysága fontos, de nem kizárólagos. A minőség nem került szóba, mert ma már minden nyomda megfelelő minőségű terméket állít elő. A könyv elkészítésének a határideje mellett azonban nagyon fontos a kiadónak a nyomdaszámla fizetési határideje. És azt is elmondták csendesesen a kollégák, hogy a 30, 60 vagy az akár 90 napos fizetési határidős számlákon túl bizony befolyásolja a nyomdaválasztást, hogy egy-egy adott nyomda mennyire türelmetlen a határidő lejárta után. Ugyancsak nem egy kolléga elmondta, hogy hosszú ideje ugyanazal a három-négy nyomdával dolgoznak. Ismerik az egyes nyomdák gépparkját, és nagyon jól tudják, hogy melyik kiadványuk melyik nyomda számára előnyös.

*– Ebből úgy látom, hogy a nyomdák és kiadók szoros kapcsolatban vannak, mintha szimbiózist alkotnának.*

– A mini közvélemény-kutatásom során nagyon sokszor elhangzott, hogy a kiadó és a nyomda kapcsolata bizalmi kapcsolat. A nyomda felhívhatja a kiadó figyelmét egy-egy olcsóbb, de igényes papírra is, lebeszélheti a kiadót egy gazdaságtalan alakú könyvformátumról. Saját tapasztalatomból elmondhatom, hogy a nyomda távolsága is szempont, főleg a kis példányszámú, esetleg gyorsan, egy adott konferenciára sürgősen megjelenő szakkönyv esetében. A Tinta Könyvkiadó tízéves működése során már azt is megtapasztaltuk, hogy az utánnomás árképzése sem mindenütt azonos, ha bízunk egy utánnomásban, ezt is figyelembe vesszük a nyomdaválasztásnál.

*– Összefoglalásként elmondhatjuk, hogy a kiadók alkupozícióban vannak a nyomdákkal szemben, ezért a nyomdáknak kell a kiadói igényekhez alkalmazkodniuk, egyrésztől a kedvező vállalási ár kialakításával, másrésztől a hosszú fizetési határidő biztosításával.*

– Talán a fentiekhez tegyük hozzá, hogy mindazok, akik mind tartalmában, mind kivitelezésében színvonalas könyvet készítenek ma Magyarországon, azok a legfontosabb magyar hungarikumot, a magyar nyelvet használják, művelik és ápolják.

## IF packaging award

Megszületett a végeredménye a csomagolóipar új versenyének, az „IF packaging award”-nak, amelyet első ízben a 2008-as Interpack vásár alkalmából írtak ki. A felhívást a csomagolás, a csomagolóeszköz és -anyag, a grafika, a csomagológépek, valamint a csomagolási eljárások fejlesztőihez, gyártóihoz, tervezőihez intézték.

A zsűri 17 országból 148 beadványt szakvéleményezett, és ítélte oda az áhított IF címet. Az értékelés legfontosabb kritériumai a design, a minőség, a feldolgozás, az anyagválasztás, az innováció szintje és a funkcionalitás voltak.

A díjazottak között van a Sihl GmbH is új termékével, az EnDURO Ice-szal. Ezzel a kitüntetéssel a düreni székhelyű vállalat – amely speciális jelölő és azonosító nyomathordozók széles skálájáról híres – stratégiája igazolva látszik, miszerint rendszeresen igényes újításokat vezet be a piacra.

Ezt a sikerstratégiát tovább folytatandó, a vállalat a nemzetközi szakközönségnek a díjazott EnDURO termékválasztékát a drupán mutatja be a 11. pavilon E62-es standján.