

# Zaradi večjega števila obiskovalcev višji promet razstavljavcev

**»Že lanski promet razstavljavcev na Slovenskem knjižnem sejmu je bil dober, letos pa je bil zaradi velikega števila obiskovalcev še večji,« je dejal predsednik upravnega odbora sejma in predsednik Zbornice knjižnih založnikov in knjigotržcev na GZS Zdravko Kafol.**

*Andreja Šalamun, foto: arhiv SKS*

**»Letos ni bilo niti kvadratnega metra več prostora in smo morali omejiti število razstavljavcev na 106 stojnic,« pove Kafol.**

Mnoge od okoli 30.000 obiskovalcev Slovenskega knjižnega sejma, ki je med 20. in 25. novembrom gostoval v Cankarjevem domu v Ljubljani, je pritegnil tudi vedno boljši spremljevalni program, je prepričan Zdravko Kafol. »Program – pripravili smo več kot 300 spremljevalnih aktivnosti – je potekal na sedmih odrih, a kljub tolikim prizoriščem in več vzporednih dogodkih so bila prizorišča polna ljudi, kar je dokaz, da spremljevalni program ni bil zastavljen preveč obsežno,« je dejal sogovornik.

»Sejem vse bolj postaja tudi družaben dogodek. Naš cilj je, da se na njem vsi dobro počutijo – od avtorja do založnika, prevajalca, knjigotržca do bralca,« pravi Kafol.

Letošnja največja novost je, da so sejem podaljšali za pol dneva, in sicer na pet dni in pol. »V zadnjih treh letih smo tako trajanje sejma podaljšali za 19 odstotkov, kar pomeni, da imajo razstavljavci toliko dalj časa na voljo za prodajo svojih knjig in posledično morda lahko tudi za toliko povečajo promet,« pravi Kafol.

## **Uvedli so »foto cono« in s programom pritegnili otroke**

Poleg časovne komponente pa je letošnji sejem dobil tudi dve vsebinski novosti. Prva je uvedba tako imenovane »foto cone«. Potem, ko so lani uvedli »ilustratorski kot«, so s »foto cono« zaokrožili celoten krog nastanka knjige. Druga vsebinska novost pa je strokovni del otroškega programa, ki so ga pripravili v sodelovanju z ljubljansko pedagoško fakulteto.

Morda je prav zaradi te vsebinske novosti sejem letos obiskalo veliko več otrok in mladih. Kot pravi Kafol, jih je bilo po ocenah organizatorjev med sedem in osem tisoč. »Najbolj pomembno je, da njih okužimo z virusom branja. Če bo otrok do desetega leta vzpostavil prijeten odnos s knjigo, bo bralec celo življenje. Naš namen je torej tudi ali predvsem širiti bralno kulturo,« je poudaril sogovornik.



### Založbe bi želele več prostora

Sicer pa se sejem ne more več širiti, saj Cankarjev dom praktično že poka po šivih. »Letos ni bilo niti kvadratnega metra več prostora in smo morali omejiti število razstavljalcev na 106 stojnic,« pove Kafol in doda, da bi si par deset založb želelo dodatnega prostora, ki pa jim ga niso mogli zagotoviti. A s sladkim izzivom so se že spoprijeli in iščejo možne rešitve. »Razmišljamo o tem, da bi morebiti za prihodnji sejem postavili zimski šotor na ploščadi pred Cankarjevim domom ali pa da bi sejem morda preselili v sosednjo stavbo TR3. Do naslednjega leta bomo našli rešitev,« obljublja Kafol. Takrat naj bi namreč na sejmu gostovala Evropa, kar bo zagotovo zahtevalo dodaten prostor.

### V desetletju se je panoga razpolovila

Razstavljalci so bili z obiskom in prodajo na sejmu zadovoljni, a to še ne pomeni, da jim gre vse kot po maslu. Založniška panoga je namreč ena od redkih panog, ki od leta 2008 še vedno ni povsem izplavala iz krize. »Promet od leta 2008 še vedno upada, zdaj sicer le rahlo, za odstotek ali dva, vendar se je panoga v desetletju dobesedno razpolovila. To pa vpliva na celotno knjižno verigo,« pove Kafol. Dodaja, da je stanje v panogi zelo odvisno od največje založbe, ki predstavlja več kot 40 odstotkov vseh prihodkov v panogi in ki se že leta ukvarja z lastniškimi težavami.

»Panoga je imela leta 2008 okoli 120 milijonov evrov prometa, zdaj ga ima okoli 65 milijonov,« pove Kafol in ponazori, da je cela panoga skupaj bistveno manjša od družbe Paloma. »Založniška dejavnost predstavlja le dobri dve tisočinki v bruto družbenem proizvodu Slovenije, a simbolno so knjige kot medij veliko bolj pomembne,« opozori sogovornik.

### Iščejo nove prodajne poti in možnost za preživetje

Prepričan je, da je treba zelo hitro rešiti lastniško agonijo največje založbe. »Polovica založb v panogi deluje uspešno, iščejo nove razvojne možnosti in nove prodajne poti. Knjiga se na trgu bori za pozornost. Delo ni lahko in samo s knjigo, brez neke zgodbe v ozadju, to pozornost težko pridobiš. Zato založbe svojo osnovno dejavnost – založništvo – kombinirajo

z drugimi dejavnostmi, na primer prireajo dogodke, se ukvarjajo s turizmom ali celo s prodajo tekstila. Skušajo si pač pomagati na različne načine in preživetvi na trgu,« pravi Kafol. Brez inovativnosti v tej panogi namreč ne gre.

Kot opozarja sogovornik, se panoga še vedno preveč zanaša na Ministrstvo za kulturo RS. »Zavedati se moramo, da gre za povsem običajno gospodarsko dejavnost, ki je podvržena istim zahtevam kot druge dejavnosti. Izdelek je treba narediti in ga prodati.«

### Nujno bo sodelovanje

Kljub majhnosti pa panoga deluje zelo razdrobljeno, ocenjuje Kafol. »Trenutno je praktično nemogoče pripraviti neko skupno akcijo in na tem področju vidim še veliko priložnosti. Družbe bi se lahko povezale in pripravile skupno raziskavo trga, skupne promocijske akcije ali kaj podobnega. Panoga bo morala sodelovati, saj založbe niso sposobne same zagotoviti sredstev za takšne projekte. Tudi največja založba ne,« je prepričan Kafol.

Opozoril je tudi, da se je letos sejem prvič srečal s podobnimi vprašanji, kot se srečujejo največji sejmi, in sicer komu dovoliti nastop in komu ne. »Organizator je zavzel stališče, da je Slovenski knjižni sejem tržnica za svobodo in da na njem lahko nastopa vsaka knjiga, družba, založba in vsaka oseba, ki ni z zakonom prepovedana. Naloga knjižnih sejmov je, da dajo prostor in čas za različne ideje in misli,« je še dodal. gg



»V panogi je premalo marketinškega in voditeljskega znanja, z založništvom se lahko pri nas ukvarja kdorkoli,« ocenjuje Kafol.

