

# ROZMOWY O RYNKU KSIĄŻKI

RYNEK

WYDAWCA

SPRZEDAŻ

BIBLIOTEKA


KSIĘGARNIA

CZYTELNICTWO


16

Biblioteka Analiz

AI wybrała z zamieszczonych w książce wywiadów TOP 30 słów kluczowych w podziale na obszary tematyczne

praca **SPRZEDAŻ** redaktor zmiana **DZIECKO**  
**WYDAWNICTWA** literatura  
**RYNEK**  **KSIAŻKA** pracować oferta  
**BIBLIOTEKA** strona **WSPÓŁPRACOWAĆ** mama  
**CZAS** pierwszy **WAŻNY**  
CHCIEĆ DOBRĄ **autor** **nowy**  
**czytuł** wydawać **czytelnik**  
polski **móc** **dyskrybucja**  
**księgarnia** **podręcznik**  
**wydawnictwo**


wydawca  
**państwo**  
chcieć **planować**  
**SPRZEDAŻ**  
**duży** **CDP** **klieNC**  
**SPRZEDAŻ** **detaliczna**  
strona **oferta** **cel**  
magazyn **grupa / group**  
**merlin** **PRODUKT** **rynek**  
**plan** **SPRZEDAŻ** 

**CDP**  
akwizycja  
**książka**  
wzrost **klieNC**  
zwiększać **planować**  
**internetowy**  
 **marka** odbiorca **plan** **cel**  
**PUBLISHING**  
wydawnictwo **spółka**  
**grupa** **sklep** **group** **obszar**  
**gracz** **działanie**  
świat **merlin** **sklep**  
**rynek** **internetowy**  
**SPRZEDAŻ** **gra** oferta **nowy**  
**strona** wydawca

**Sopot**  
**gdynia**  
**spotkanie**  
literacki miejsce  
wydawca **wybór**  
**kultura** impreza  
mama **program**  
wystawca **rozmawiać**  
**plener** targi **organizacja**  
**książka** literatura **miasto**  
**OSOBA** **TARGI** **KSIAŻKI** edycja  
strona **autor** **chcieć** **Festiwal**  
termin **wydarzenie** **organizować**  
fundacja

**OSOBA**  
strona **spółka**  
mama **spółka**  
marka **własny**  
polski **sklep**  
**gra**

**cyfrowy**  
**PRODUKCJA**  
**Firma** **czas** **praca**  
**POLIGRAFIA**  
część **Drukarnia**  
**rynek**  **rozmawiać**  
**duży** **procenT** **maszyna**  
strona **offsetowy** **poligrafia** **zlecenie**  
**autor** **koszt** **druk** **książka** urządzenie  
**człowiek** **branża** **dobry**  
**polski** **nakład** **klieNC** **mówić** **zarząd** **drukować**

**ważny** **Estonia**  
**BIBLIOTEKA** tłumaczenie **niezależny** **duży**  
**NAGRODA**  **instytut**  
**TŁUMACZENIA** **życie**  
**POLSKI** **wsparcie** **dziecko** **akademicki**  
**książka** **Finlandia** **uniwersytet**  
**wykształcenie** **państwowy** **strona** **Lubić** **język**  
**transatlantyk**  
**wyjechać** **slawistyka**  
**literacki** **czytać**  
**literatura** **zaszczyt**  
**docenić**

**dobry**  
**promocja**  
**wybierać**  
**mały** **rynek** **sieć**  
**duży** **księgarnia** **mama**  
**czytelnik**   
**wydawnictwo**  
**współpraca** **statystyka**  
**LUBIM** **czytać**

**tworzyć** **fundusz** **programista**  
**WSPÓŁPRACOWAĆ**  
**SERWISY** **plebiscyt** **znak**  
**internetowe** **opinia**  
**serwis** **książka**  
**reklama**  
**wydawca** **redaktor**  
**zagraniczny** **czytuł**  
**zacząć** **ocena**

# ROZMOWY O RYNKU KSIĄŻKI

Rozmowy przeprowadzili:

Piotr **DOBROŁĘCKI**

Tomasz **GARDZIŃSKI**

Tadeusz **LEWANDOWSKI**

Ewa **TENDERENDA-OŻÓG**



Copyright by Biblioteka Analiz Sp. z o.o., 2020

Wszystkie prawa zastrzeżone. Kopiowanie lub reprodukcja jakiegokolwiek fragmentu tej książki wymaga pisemnej zgody wydawcy.

Opracowanie redakcyjne: Ewa Tenderenda-Ożóg

Projekt graficzny okładki: TYPO 2 Jolanta Ugorowska

Opracowanie graficzne, skład i łamanie: TYPO 2 Jolanta Ugorowska

ISBN 978-83-956056-4-2

Firma jest członkiem Polskiej Izby Książki

Wydanie I  
Warszawa 2020

Biblioteka Analiz Sp. z o.o.  
00-048 Warszawa  
ul. Mazowiecka 6/8  
tel. 22 828 36 31  
[www.biblioteka-analiz.pl](http://www.biblioteka-analiz.pl)  
Facebook: bibliotekaanaliz

# Spis treści

---

Wprowadzenie . . . . .	9
Agata KISZA, Beata KOWALIK, Tomasz ABRAMOWICZ i Bogdan KOWALIK (M.C. Kwadrat) . . . . .	11
Zbigniew CZERWIŃSKI (Wydawnictwo Bellona) . . . . .	24
Ewa OLEJNIK (Wydawnictwo Buka) . . . . .	28
Michał KOLIŃSKI (Dom Wydawniczy Księży Młyn) . . . . .	38
Monika WALENDOWSKA (Wydawnictwo Polarny Lis) . . . . .	43
Józef CZĘŚCIK (Grupa Wydawnicza Harmonia) . . . . .	46
Przemysław ZYZEK (Wydawnictwo CzyTam) . . . . .	51
Jacek MARCINIAK (Wydawnictwo Studio Emka) . . . . .	55
Łukasz MICHALSKI i Agnieszka WRÓBLEWSKA (Państwowy Instytut Wydawniczy) . . . . .	62
Anna KARCZEWSKA (Agencja Kultura, Weekend Księgarń Kameralnych) . . . . .	71
Łukasz SZCZEPAŃSKI i Michał GEMBICKI (Merlin Group) . . . . .	79
Paweł SŁAWATYCKI (Drukarnia CPI Moravia Books) . . . . .	89
Przemysław CZAJA (Wojewódzka i Miejska Biblioteka Publiczna im. Josepha Conrada Korzeniowskiego w Gdańsku) . . . . .	96
Wojciech GUSTOWSKI (Wydawnictwo Novae Res) . . . . .	104
Tomasz MAKOWSKI (Biblioteka Narodowa) . . . . .	114

Izabela SADOWSKA (LubimyCzytać.pl) . . . . .	123
Marcin BANIAK (Wydawnictwo Literackie) . . . . .	128
Iwona PAKUŁA (Wydawnictwo Akapit Press) . . . . .	133
Paweł SZOPOWSKI (Gdańskie Targi Książki) . . . . .	137
Magdalena DUSZYŃSKA-WALCZAK (Grupa Nowa Era) . . . . .	140
Agnieszka STANKIEWICZ-KIERUS (Wydawnictwo Kobiece) . . . . .	151
Marian SEWERSKI (Spółdzielnia Wydawnicza Czytelnik) . . . . .	161
Joanna CICHOCKA-GULA (Festiwal Literacki Sopot) . . . . .	168
Łukasz MICHALSKI (Państwowy Instytut Wydawniczy) . . . . .	171
Michał ŚLIZ i Stefan PIOTROWSKI (Agfa NV) . . . . .	179
Leszek Wojtczuk (Polska Izba Druku, Drukarnia WL) . . . . .	188
Adam KOZIOŁEK (Polskie Wydawnictwo Rolnicze) . . . . .	193
Beata MOTYL (Motyleksiazkowe.pl) . . . . .	198
Anita MUSIOŁ (Wydawnictwo Pauza) . . . . .	202
Arkadiusz SEIDLER (Audioteka) . . . . .	214
Marta PIEKARCZYK (Poczta Polska) . . . . .	216
Katarzyna KAMIŃSKA (Wydawnictwo Miejskie Poznań) . . . . .	220
Katarzyna SOBAŃSKA-HELMAN (Burda Media Polska) . . . . .	223
Andrzej PALACZ (Wydawnictwo Inicjat) . . . . .	234
Józef CZĘŚCIK (Wydawnictwo Harmonia) . . . . .	239
Monika KARMAZA (Wydawnictwo Tadam) . . . . .	242
Gabriel MACIEJEWSKI (Wydawnictwo Klinika Języka) . . . . .	246
Rafał BIELSKI (Agencja Wydawniczo-Reklamowa Skarpa Warszawska) . . . . .	249
Miroslaw SZEWCZYK (Fundacja Fabryka Inspiracji PL, Drukarnia Opolgraf) . . . . .	254
Agnieszka WRÓBLEWSKA (Państwowy Instytut Wydawniczy) . . . . .	258
Hendrik LINDEPUU (Tłumacz, wydawca, laureat Nagrody Transatlantyk 2019) . . . . .	260
Łukasz GOŁĘBIEWSKI (Dziennikarz, pisarz, wydawca) . . . . .	262

Dorota DUDA i Marcin NOWAK (Firma Dystrybucyjna Dictum) . . . . .	273
Stanisław PIECZARA (Firma Xerox) . . . . .	282
Urszula KURTIK (Wydawnictwo Kurtiak i Ley) . . . . .	288
Jacek ORYL (Murator Expo) . . . . .	296
Izabela MATUSZEWSKA (Wydawnictwo Instytutu Pamięci Narodowej) . .	300
Ireneusz JAGIEŁŁO (Mecenas literatury, firma ochroniarska Kontra24.pl) . . . . .	309
Waldemar LIPKA (Firma Kompap) . . . . .	314
Andrzej KALINOWSKI (Fundacja Sąsiedzi, Międzynarodowe Targi Książki w Białymstoku) . . . . .	323
Jolanta KORKUĆ (Wydawnictwo Literackie) . . . . .	325
Aleksandra SAŁUGA (Wydawnictwo Albatros) . . . . .	333
Mikołaj MAŁACZYŃSKI (Legimi) . . . . .	340
Lucjan WYPYCH (Super Siódemka) . . . . .	362
Dorota BACHMAN (OSDW Azymut) . . . . .	365
Wojciech HUNKIEWICZ (Mazowieckie Centrum Poligrafii) . . . . .	374
Rafał SKĄPSKI (Targi Książki) . . . . .	381





# Wprowadzenie

---

W tym tomie zamieszczamy 57 rozmów drukowanych w dwutygodniku „Biblioteka Analiz” w latach 2017-2019. Bohaterami naszych wywiadów są głównie kreatorzy rodzimego rynku wydawniczego – przedstawiciele wydawnictw, firm dystrybucyjnych i oferujących dostęp do cyfrowych treści, a także reprezentanci sektora poligraficznego oraz organizatorzy targów. Wśród naszych interlokutorów nie zabrakło osób związanych z instytucjami kultury, administracją państwową, promotorów literatury i kameralnych księgarń.

Nie ingerowaliśmy w teksty autoryzowanych rozmów, nie ma tu żadnych skrótów ani zmian, choć czas zweryfikował część zapowiedzi i prognoz. Wywiady, które otwierają niemal każdy numer „Biblioteki Analiz”, z jednej strony zawsze poruszają tematy „gorące”, a więc aktualne wydarzenia na rynku, z drugiej – dotyczą problemów uniwersalnych. Tematy poruszane w rozmowach wyrażają niepokój o przyszłość dystrybucji książki i jej miejsce w cyfrowym świecie, mowa o kondycji czytelnictwa, przyszłości targów i festiwali, zmieniających się preferencjach i nawykach czytelniczych, self-publishingu, wreszcie promocji literatury.

Nawet po wielu miesiącach warto wrócić do ocen rynku stawianych przez fachowców. Lektura głosów z poprzednich lat i przyjrzenie się dominującym tematom dają dobry obraz przekształceń w naszej branży wydawniczo-księgarskiej. Staje się ona coraz bardziej nowoczesna, coraz bardziej cyfrowa, coraz bardziej skoncentrowana wokół ochrony praw autorskich.

Życzymy mitej lektury  
Redakcja



# Agata KISZA, Beata KOWALIK, Tomasz ABRAMOWICZ i Bogdan KOWALIK

---

M.C. KWADRAT

## **Kto jest właścicielem firmy M. C. Kwadrat i jak długo działacie?**

AGATA KISZA: Jest trzech wspólników – Beata Kowalik, moja córka Sonia Kisza oraz ja. Firma istnieje od marca 1994 roku, czyli od ponad 22 lat.

## **A co było wcześniej?**

A.K.: Wcześniej pracowaliśmy razem z Ryśkiem Czarnowskim w firmie Kruk, pierwszej firmie zajmującej się tanią książką w Polsce.

## **W legendarnym miejscu przy Placu Konstytucji w Warszawie...**

A.K.: Tak jest, w lokalu kawiarni „Niespodzianka”. Ale jeszcze wcześniej mieliśmy punkt sprzedaży w pałacyku przy ul. Bednarskiej, gdzie działała pierwsza szkoła społeczna „Bednarska”. Mieliśmy tam duże stoisko z tanimi książkami.

## **Ale przed tym działaliście w podziemnym ruchu wydawniczym?**

A.K.: Trochę się wokół tego kręciliśmy, ale bardziej prywatnie. Paweł, mój były mąż, związany był z wydawnictwem Verba z Chotomowa. Nie przypisujemy sobie jednak takich zasług!

## **Wkrótce po zmianach politycznych i ekonomicznych po roku 1989 wydawcy zaczęli się borykać z ogromnymi zapasami niesprzedanych książek. Kto pierwszy się zorientował, że można na tym zrobić biznes?**

A.K.: Tutaj trzeba znowu wspomnieć Pawła Kiszę, mojego byłego małżonka. Na któryś targach książki, i to jako pracownik wydawnictwa Verba, miał stoisko obok Ryśka Czarnowskiego, który już wtedy

zajmował się tanią książką. Dogadali się i stworzyli spółkę Kruk. Przewadziliśmy sprzedaż na Bednarskiej, a potem w „Niespodziance”.

**Jest to miejsce legendarne, przecież tam był główny punkt „Solidarności” w trakcie wyborów do Sejmu w czerwcu 1989 roku...**

A.K.: Sprzedaż książek była na dole, na piętrze było biuro Komitetu Obywatelskiego.

**Pamiętam, że książki stały w stosach...**

A.K.: Tak było, stały i stosy, dostawy osobowymi samochodami, paczki podawane nad głowami kłębiących się klientów, wydzierających sobie nawzajem z rąk książkowe okazje! W tamtym okresie działalności dołączył do nas Tomek Abramowicz. Z „Niespodzianki” przenieśliśmy się do Hali Koszyki. W roku 1994 pozostawiliśmy Kruka i zaczęliśmy działalność hurtową w Skrzeszewie pod marką M.C. Kwadrat.

**A państwo Kowalikowie?**

A.K.: Bogdan jest z nami od początku hurtowni, a w 1998 roku dołączyła do nas jego żona Beata.

**Dlaczego wasza siedziba zlokalizowana jest w Skrzeszewie, kawałek drogi od centrum Warszawy?**

A.K.: Bo to jest moje rodzinne miejsce. Aby obniżyć koszty, zrezygnowaliśmy z pomieszczeń przy ul. Kolejowej w Warszawie, bo stwierdziliśmy, że lepiej jest tutaj zrobić remont i inwestować we własną siedzibę.

**I sprawdza się? Przez tyle lat?**

A.K.: Sprawdzało się od początku i dalej się sprawdza. Na początku nasi klienci nie rekrutowali się z rynku, tylko były to zazwyczaj osoby, które nie miały co ze sobą zrobić w latach dziewięćdziesiątych i myśmy te osoby zrekrutowali jako własną sieć odbiorców.

**Przyjeżdżali bez problemów?**

A.K.: Przyjeżdżali, ale teraz mają internet i już nie przyjeżdżają.

**Przejdźmy więc do obecnej sytuacji. Dzisiaj jesteście jedną z największych firm, bo nie jedyną, zajmujących się sprzedażą końcówek nakładów, jak ładnie napisane jest na waszym szyldzie.**

A.K.: Tak, końcówki nakładów, dodruki, druki dedykowane.

**Czy to prawda, że niektórzy wydawcy robią specjalne edycje tylko dla was i te publikacje, bardzo tanie w założeniu, trafiają od razu „na tanią książkę”?**

A.K.: Tak było. Ale od dwóch czy trzech lat ograniczamy zamawianie nakładów. Dzisiaj za dużo jest prawdziwych końcówek i tego, co zostaje z pierwszych wydań, więc nie warto już robić tyle „sztucznych” edycji dla taniej książki.

**Mówi się, że tacy wydawcy jak Wydawnictwo Olesiejuk oferują tak bardzo tanie książki, że od razu konkurują z książkami z waszego rynku...**

A.K.: Od nas do Warszawy jest bardzo daleko, a od Warszawy do Ożarowa też jest kawałek drogi, więc my nie wiemy, co robią bracia Olesiejukowie!

**Dobrze, zostawmy to. Jak mówiliśmy, nie jesteście jedyną firmą, która sprzedaje „tanią książkę”. Ale chyba macie 50 proc. udziału w tym rynku?**

A.K.: Trudno powiedzieć, bo tania książka jest dzisiaj bardzo szerokim pojęciem. Wystarczy popatrzeć na każdą Biedronkę, na każdy market. Tanie książki sprzedaje się też na pocztach i w innych niekonwencjonalnych miejscach.

**Wobec tego, co to jest tania książka w waszym rozumieniu? Czy są to tylko końcówki nakładów?**

A.K.: W moim rozumieniu pojęcie „taniej książki” obejmuje produkt, który sprzedawany jest dużo taniej niż nadrukowana na nim cena detaliczna. Czyli jest to książka, która do sprzedaży trafiła z magazynu wydawcy, ale w żadnym wypadku nie jest nowością, a do wspomnianej Biedronki czy na pocztę trafiają przecież nowości. Ta książka jest też tania, bo – jak już mówiliśmy – są wydawcy, którzy wydają tanie książki i umieszczają w sieciach handlowych. W moim rozumieniu klasyczna „tania książka” obejmuje sprzedaż egzemplarzy, których nie sprzedano w obrocie pierwotnym. Rynek „taniej książki” jest przecież w wielu krajach i jest to właśnie rynek końcówek nakładów.

BK: To jest 80 proc. naszej oferty!

**Z iloma wydawcami pracujecie?**

B.K.: Z około dwustu wydawcami przynajmniej raz w roku robimy jakiś deal. Sam proces przecen w niektórych wydawnictwach odbywa się tylko raz na rok i nie więcej. Zbieramy to, co się nie sprzedało w normalnej dystrybucji, a wydawca zakłada – powiedzmy – że to, co się

dotąd nie sprzedało, musiałyby przy obserwowanej dynamice poleżeć jeszcze jakieś 5 lat w magazynie. Dlatego jednym ruchem otrzymujemy pulę 20, 30 czy 50 tytułów, za które wydawca decyduje się odzyskać szybko pieniądze.

**Nie ma co ukrywać, że ceny, po jakich kupujecie książki od wydawców, stanowią bardzo niski procent ceny detalicznej...**

B.K.: Jest to niewielki procent ceny detalicznej, ale pieniądze są od razu!

**W formie przedpłaty?**

B.K.: Nie, ale zapłata następuje natychmiast po dostawie, po jej sprawdzeniu i to na podstawie faktur „zamkniętych”.

A.K.: Przy bardzo dużych transakcjach termin płatności może wynosić 2-3 miesiące.

B.K.: Chodzi o dostawy obejmujące kilkaset tytułów po kilkaset czy kilka tysięcy egzemplarzy każdego tytułu. W przypadku dostawy, która przyjeżdża do nas na 5, 6 czy 7 tirach, proces płatności się wydłuża.

A.K.: W naszych przepastnych magazynach są tylko książki już zapłacone, albo takie, które będą zapłacone „za chwilę”.

**Czyli nie stosujecie tak popularnej na rynku książki konsygnacji?**

B.K.: Nie!

**Warunkiem jest jednak bardzo niska cena?**

B.K.: Tak i to często poniżej kosztów produkcji. Zdajemy sobie z tego sprawę, ale warunki rynkowe są takie, że to jedyna metoda, aby dać książkom drugie życie.

Nie można się temu dziwić, zwłaszcza że w wielu krajach – jak mówiliśmy – działają takie same firmy i M.C. Kwadrat wpisuje się w taki sam mechanizm, jaki obserwujemy chyba na każdym rynku książki...

B.K.: Dodam, że w swojej działalności mieliśmy też epizod z importem książek z wydawnictw angielskich, które sprzedawały swoje książki właśnie na rynek wtórny. W połowie lat dziewięćdziesiątych kupowaliśmy tam albumy.

**Nie chciałbym waszego rynku nazywać rynkiem wtórnym, bo ten termin zachowany jest tradycyjnie dla handlu antykwarycznego...**

B.K.: To nazywajmy go rynkiem równoległym albo rynkiem końcówek nakładów.

**W Polsce rynek ten traktowany jest z dużym dystansem, mówiąc elegancko, ale mamy świadomość, że bez niego rynek książki jako całość nie może funkcjonować. Przecież nie jest możliwe, aby wydawcy sprzedawali wszystkie nakłady do końca...**

B.K.: Są jednak wydawcy, którzy decydują się na przemiał niesprzedanych egzemplarzy.

**Można więc powiedzieć, że wasze działania chronią książki przed przemiałem, co dla wielu osób jest egzekucją książki...**

T.A.: Przecież to się zaczęło od Składnicy Księgarskiej, gdzie milionowe nakłady zaczęto mieć.

**Pamiętam interwencyjne teksty, jakie ukazywały się wtedy w „Gazecie Wyborczej”, o tym, że książki idą na przemiał. Czy wtedy kupowaliście książki od Składnicy Księgarskiej?**

T.A.: Oczywiście! To były jeszcze lata dziewięćdziesiąte ubiegłego wieku.

A.K.: A teraz „Gazeta Wyborcza”, czy właściwie Agora sama kieruje końcówki na przemiał. Za każdym razem, gdy zwracamy się z ofertą zakupu do Agory resztek nakładów, dowiadujemy się, że są utylizowane.

**Są więc wydawcy, którzy nie chcą kierować książek na wasz rynek...**

T.A.: Są, ale zdecydowanie w mniejszości. Można ich policzyć na palcach jednej ręki.

**Czy w takim razie wydawca kierując swoje końcówki nakładów do „taniej książki”, psuje rynek czy nie?**

B.K.: Dotychczas tak było, że wydawca świadomy i znający rynek wycofywał tytuł z dystrybucji i książka wówczas przestawała istnieć na rynku pierwotnym. Wiadomo, że książek w sprzedaży jest bardzo dużo, codziennie pojawia się kolejna setka tytułów, dlatego decyzja o wycofaniu jednej w zamian za to, że wchodzi druga jest normalna. Książka przestaje żyć po pół roku, a teraz może nawet krócej niż po 3 miesiącach na tradycyjnym rynku księgarskim, zaś księgarze cały czas szukają nowości i nie domawiają kolejnych egzemplarzy, nawet jeżeli sprzedadzą już wszystkie z jakiegoś tytułu. Dlatego moim zdaniem nie jest tak, że wydawca psuje rynek, wypuszczając niesprzedane końcówki do „taniej książki”, jeżeli jest to robione planowo

i profesjonalnie. „Wpuszczanie” tych tytułów do naszego obrotu jest właśnie dawaniem takiej książce drugiego życia.

**Czyli można przyjąć, że zdrowy model polega na tym, że wydawnictwo wydaje – powiedzmy – 100 tytułów rocznie, z czego, zgodnie z zasadą Pareto, 20 tytułów sprzedaje się w całości, chociaż nie wiadomo wcześniej, które to będą tytuły. A z reszty tytułów zawsze zostaną końcówki. I to, co zostanie, trafia do was wcześniej czy później...**

B.K.: Zawsze jest to decyzja wydawcy oparta o jakieś przesłanki ekonomiczne. Wydawca decyduje, czy optaca się jeszcze te książki potrzymać jeden sezon i sprzedać kolejne – powiedzmy – 20 proc. nakładu, czy jednym ruchem zamknąć sprawę, wycofać pieniądze, które w tych egzemplarzach są zamrożone, i przeznaczyć je na inny cel.

**Wasza rola polega więc również na ratowaniu wydawców...**

B.K.: Raczej pomagamy, kiedy wydawca ma trudności finansowe, goni czasem „w piętke”, przychodzą terminy płatności za druk kolejnych książek czy za prawa autorskie lub inne zobowiązania i okazuje się, że nie ma gdzie pozyskać tej gotówki. Wówczas dochodzi do wniosku, że może – dla przykładu – wziąć po 100 egz. kilkunastu tytułów i sprzedać je taniej do nas, za co od razu otrzyma pieniądze. Ale to właśnie może psuć rynek.

A.K.: Nie tak bardzo psuje, ponieważ czytelnik, który kupuje książki w naszych księgarniach, generalnie jest innym klientem – nie chodzi do Empiku i nie chodzi do księgarni Matrasa i do innych księgarni na rynku pierwotnym. Dlatego nie można powiedzieć, że psujemy rynek, jak również wydawca nie psuje rynku. Po prostu dostarcza tańsze książki, tańszą część nakładu do innego kanału dystrybucji.

**Gdy wydawca sprzedaje do was po 100 egz. swoich tytułów, to jednak pozostałe egzemplarze będzie chciał dalej sprzedawać w kanale zwykłych księgarń po tej wyższej cenie. I tu może być konflikt...**

A.K.: To jest marginalne zjawisko!

B.K.: Pytanie było, czy są działania, które psują rynek. To są właśnie takie przypadki, które mogą nieco destabilizować sytuację.

**Ale z drugiej strony można powiedzieć, że w takim przypadku jest to z waszej strony właśnie ratunek dla wydawcy. Nie jesteście jednak**



**tylko „pogotowiem ratunkowym” dla wydawców, bo przede wszystkim chcecie robić biznes...**

B.K.: Na pewno, ale w takim zakresie z pewnością pomagamy wydawcom, a czasem ich ratujemy. A do tego patrząc na takie działania jako na misję, to dzięki temu książka w końcu znajduje odbiorcę. Są też wydawcy, którzy wydają książki, o których twierdzą, że są świetne, potrzebne i muszą koniecznie trafić na rynek. Nieważne gdzie, nieważne jak i nieważne za jakie pieniądze. Chcieliby tylko, aby ludzie to przeczytali. Wtedy argumentem mobilizującym czytelnika jest cena. Klient nie kupi takiej książki za 39,90 zł, a za 9,90 zł – dlaczego nie?

A.K.: Są tacy wydawcy. Na przykład autor, który prowadzi jednoosobową firmę, pisze poradniki o ziołach i sam je wydaje. Sprzedaje na rynku pierwotnym, ale także w sklepach zielarskich. Trafił do jednej z naszych księgarni i chce, aby jego książki też tam były. Nie uważam, że on psuje rynek, chociaż nam sprzedaje taniej. Teraz jego książki są we wszystkich naszych księgarniach.

**Jaki procent oferty stanowi książka naukowa i niskonakładowa?**

B.K.: Trafiają do nas bardzo różne pozycje, ale książki naukowe i bardzo specjalistyczne zdarzają się sporadycznie i jest to ułamek naszej oferty.

**Czy zdarzają się wam wydawcy „jednoksiążkowi”?**

A.K.: Tych możemy podzielić na dwie grupy. Pierwsza to ci, którym została część wydanego nakładu i nie bardzo wiedzą, co zrobić i druga, czyli ci, którzy sprzedali z sukcesem cały nakład i przeszacowali chłonność rynku na dodruk.

**Z tym mają problemy nie tylko wydawcy jednej książki...**

A.K.: Ale szczególnie zdarza się to takim wydawcom. Osiągają sukces z pierwszym wydaniem, decydują się więc na dodruk i ten dodruk w dużym procencie trafia do nas. Jednak to wszystko jest marginesem naszych działań.

**Wróćmy jeszcze to stwierdzenia, że w ciągu roku otrzymujecie faktury od 200 wydawców. Ale jak duża jest grupa dostawców, z którymi robicie regularne transakcje?**

B.K.: To jest kilkadziesiąt stałych podmiotów.

**Czyli są to wydawcy, którzy zawsze drukują za dużo...**

A.K.: To nie jest tak. Chodzi o wydawców, którzy mają wypracowaną politykę. Przecież była już mowa o zasadzie Pareto, co oznacza, że zawsze będą tytuły, które nie sprzedadzą się do końca.

**Teraz inna sprawa. Zauważyłem podczas Targów Książki w Krakowie, że nowe wydanie przygód Harry'ego Pottera było sprzedawane na co najmniej trzech stoiskach i na każdym w innej cenie. Jakie jest wasze zdanie o takich sytuacjach?**

A.K.: Uważamy, że ustawa o książce absolutnie powinna być wprowadzona w Polsce, co bardzo oczyściłoby i uzdrowiłoby sytuację na rynku. Przykład Harry'ego Pottera jest dla mnie czystym szaleństwem. Raz na trzy lata, po dwóch i pół roku dystrybucji poprzedniego tomu, trafia się „perła”, na której wszyscy mogliby zarobić. Dzieje się tymczasem tak, że nikt nie zarabia i do tego jest awantura oraz niezdrowa atmosfera. Każdy kupujący zapłaciłby cenę nadrukowaną i byłby szczęśliwy, że może przeczytać wyczekiwaną książkę.

**Gdy jednak Media Rodzina chciała kiedyś uzgodnić, że będzie ta sama cena jednego z tomów „Harry'ego Pottera”, to UOKiK wymierzył domiar zarówno wydawcy, jak i dystrybutorom, którzy przyjęli takie uzgodnienie...**

A.K.: To, co się dzieje z „Harrym Potterem”, jest dla mnie skandalem, to jest „strzał w nogę” każdemu, kto dotyka tę książkę.

**Widocznie jest to jakaś magia, jaka wydobywa się z tej książki...**

A.K.: „Harry Potter” jest tylko przykładem. Gdy rozpoczęły się przed laty dyskusje na temat Ustawy Langa, to pojawiły się głosy, że nam się „ukróci”! My zdecydowanie jesteśmy za uporządkowaniem struktury rynkowej. Niech przez rok książka sprzedaje się tak, jak ma się sprzedawać, czyli w stałej cenie. Nam nie zależy na sprzedawaniu nowości. Natomiast próby wyłączenia z tej regulacji sprzedaży internetowej byłoby kolejnym obejściem przyjętych zasad.

**Ustawa nie ma wyłączać sprzedaży internetowej i ma być właśnie obroną przed wielkim dostawcą internetowym, który w Wielkiej Brytanii doprowadził do spustoszenia w księgarstwie.**

A.K.: A nas by pogrzyżył!

**Myślę, że nie jest wielką tajemnicą informacja, kto oprócz was jest jeszcze znaczącym graczem na rynku równoległym, jak go nazywacie. Dedalus?**

A.K.: Tak, Dedalus, ale lokalnie. Jest też wspomniana firma Olesiejuk, która prowadzi sprzedaż w księgarniach Świata Książki.

**Książki przecenionej?**

A.K.: Przecenionej. Chociaż tak bardzo tego nie widać, bo to się nazywa promocja!

**I kto jeszcze jest na tym rynku?**

A.K.: Oczywiście markety!

**Ale jakie jeszcze firmy handlują hurtowo tanią książką?**

A.K.: Z całym szacunkiem – krakowska hurtownia Hurnex, z którą od początku działalności ściśle współpracujemy.

**I nikt więcej?**

T.A.: Było więcej takich firm, ale poznikaty.

B.K.: Są też firmy sezonowe, działające po trzy miesiące w okresie wakacyjnym w miejscowościach turystycznych. Ale te firmy są głównie naszymi klientami hurtowymi.

**A teraz takie pytanie: kupiliście książki, macie ogromne magazyny, ale książki nie są po to, aby tam leżały. Co z nimi zrobić?**

B.K.: Przez kilkanaście lat udawało nam się sprzedawać książki w hurcie. Mieliliśmy sieć odbiorców, którzy zajmowali się dystrybucją detaliczną.

**Czyli nie sprzedawaliście po jednym egzemplarzu?**

B.K.: Nie. Tak było do 2013 roku, gdy w zasadzie prowadziliśmy tylko sprzedaż hurtową. Na początku nasi klienci przyjeżdżali do naszej siedziby w Skrzyszewie, a potem pojawił się internet i zamówienia online, na podstawie których rozsyłaliśmy książki. Jednak sytuacja rynkowa zmusiła nas do tego, aby myśleć o sprzedaży klientowi końcowemu. Stało się tak, bo hurt i nasi odbiorcy „postanowili” przestać nam płacić. A przy tym głód pieniądza na rynku był taki, że nawet dużo mniejszy podmiot wchodzi do wydawnictwa, kładzie 10 tys. zł na stole i pyta, co za to ze starszych tytułów mógłby kupić. Spotyka się wtedy z przychylnym przyjęciem, bo wydawcy często „przytulali” te pieniądze i wybierali książki dla takiego klienta.

A.K.: I łamali w ten sposób zasadę, że nakłady tytułów już nam sprzedanych wcześniej powinny trafiać do nas w całości. A gdy wracały zwroty do wydawcy, to zamiast przekierowywać te zwroty do nas, sprzedawano je takiemu klientowi po 1 zł drożej za egzemplarz. I to był pierwszy powód, dla którego postanowiliśmy się zająć detalem, a drugi był taki, że z kolei ogólna sytuacja finansowa na rynku zmusiła wszystkich odbiorców, nawet odbiorców taniej książki, do tego, aby wymuszać na takim podmiocie hurtowym jak my przedłużanie terminów płatności. I zaczęło się to samo, co i na rynku pierwotnym – wydłużone terminy płatności i coraz trudniejsza ściągalność należności. Przez to topiliśmy coraz więcej pieniędzy, podobnie jak to się dzieje na rynku pierwotnym. Może u nas nie w takiej skali, ale na pewno zaczęło się to stawać nawykiem. Terminy się wydłużały może nie do 90 dni, ale do 60, więc nam przestało to się optać.

B.K.: Gdy kupujemy książkę od wydawcy i płacimy za nią, to przy dalszej odsprzedaży stajemy się instytucją finansową. Wydajemy towar, a na pieniądze czekamy. Przy tym zdolność kredytowa jest ograniczona.

A.K.: Tak naprawdę staliśmy się w pewnym momencie kredytodawcą! Przestały funkcjonować zdrowe warunki, jakie poprzednio panowały na rynku taniej książki, gdy nasi odbiorcy płacili regularnie. Jeżeli nie w krótkim czasie, to na pewno jednak rzetelnie. Ale okazało się, że jest coraz więcej wymuszania dłuższych terminów i sytuacji nierzetelnych. Dlatego cztery lata temu postanowiliśmy wyeliminować klientów, którzy nie płacą, co nastąpiło kosztem absolutnego zmniejszenia obrotów. To była nasza decyzja!

### **To jak jest dzisiaj?**

A.K.: Mamy 17 księgarń! Wszystkie działają pod marką TAK CZYTAM i znajdują się w prestiżowych lokalizacjach największych miast. Ruch ten dał nam poprawę płynności finansowej.

### **Czyli jest to największa sieć księgarń z tanią książką?**

A.K.: Chyba tak.

### **Jest jeszcze poznański Arsenal?**

A.K.: Tak, ma dalej dwie-trzy księgarnie.

B.K.: Nasze księgarnie są absolutnie sprofilowane na tanią książkę. 99,99 proc. naszej oferty stanowią promocje.

A.K.: Nie będziemy przy tym ukrywać, że po otwarciu pierwszych naszych księgarń straciliśmy niektórych odbiorców. Z własnymi księgarńiami, siłą rzeczy, przestajemy być atrakcyjni jako hurtownia taniej książki i jej dostawca.

### **Zmniejszyliście więc listę waszych odbiorców?**

B.K.: Środek ciężkości działań naszej firmy przesunął się w stronę sprzedaży detalicznej i dzisiaj jesteśmy bardziej siecią księgarń niż hurtownią taniej książki.

### **Jak to wygląda procentowo?**

B.K.: Szacuję, że obecnie przychody z księgarń sięgają 70 do 80 proc. wszystkich naszych przychodów.

### **Ilu w takim razie pozostało jeszcze waszych odbiorców hurtowych?**

B.K.: To już jest tylko kilkanaście podmiotów, przy czym możemy mówić o jednym dużym, ale który sprzedaje nasze książki w internecie. Wprawdzie mamy własny e-sklep, jednak nigdy oferta z tej strony nie była skierowana do klienta detalicznego, gdyż jest to bardziej panel hurtowy. Zawsze staraliśmy się, aby u nas książki były najdroższe! Nie chcieliśmy stawać się – jako hurtownia ze swoim oddziałem detalicznym – konkurencją dla naszych odbiorców. Chodziło o to, aby mogli być o parę punktów tańsi i ostateczny klient, szukając książki w Internecie, stwierdzał, że ten tytuł jest u nas, ale jest droższy niż u naszego odbiorcy. Dlatego teraz współpracujemy z firmą, która ma duży sklep internetowy i codziennie składa u nas zamówienia.

### **Czy przez internet sprzedajecie ofertę, która nazywa się „długim ognem” i może dać spory przychód, ale wymaga bardzo dużego nakładu pracy?**

B.K.: Tak jest. Myślę, że znalazłbym w tej sprzedaży tytuły, jakie kupiliśmy dziesięć lat temu w ilości tysięcy egzemplarzy, a do teraz zostało nam kilkaset albo tylko kilkadziesiąt.

### **I ciągle są w ofercie?**

B.K.: Są ciągle w ofercie i sprzedaż miesięczna wynosi – powiedzmy – 30 egz., a sprzedaż tygodniowa – 7 egz.

A.K.: Ja to nazywam lokatą długoterminową!

*Dalsza część książki dostępna w wersji  
pełnej.*

