



© Juba



Jerry Scottin ja Jim Borgmanin Jere on viime vuosien menestyneimpiä sanomalehtisarjakuvia.

# Arktinen Banaani ei ole enää outo hedelmä

## Vesa Kataisto

Harto Pasonen ryhtyi sarjakuvakustantajaksi harvinaisen konkreettisella tavalla. Pelkkä mainosten lähettely ei riittänyt, vaan Pasonen loikkasi itse auton rattiin ja kiersi Suomea markkinoiden aikakauslehtityyppistä Alphaa. Lehdelle ei riittänyt Suomessa markkinoita, mutta kokemusta karttui sitäkin enemmän.

– Vuosina 1991–92 kiersin ympäri maata ja loin tuntuun divarikenttään. Alpha oli vielä harjoittelua, missä hommissa koko vuoden liikevaihto vastasi nykyistä noin viikon liikevaihtoa. Noina vuosina oli havaittavissa pienkustantajien tuotteiden levitysongelma. Silloin oli meneillään sarjakuvabuumi, julkaisut kiinnostivat ihmisiä ja sarjakuvaseuroilla oli statusta. Myynti kävi yllättävänkin hyvin, Pasonen muistelee.

Koska bisnes kasvoi, otettiin vuonna 1994 käyttöön toiminimi Valiosarjat, josta vuotta myöhemmin kehkeytyi osakeyhtiö. Arktinen Banaani rekisteröitiin kustannuksesta vastaavaksi aputoiminimeksi.

– Ensimmäinen myyntimenestys oli 1997 ilmestynyt ensimmäinen B. Virtanen -albumi. Siitä eteenpäin on menty omalla painollaan, ei enää Alphan aikojen idealismin vaan bisneksen ehdoilla. Kustannustoiminta ei ole pääasia, julkaisemme sarjoja, jos löytyy niille sopiva

markkina-aukko. Kun Virtanen äkkiä menestyi, meillä ei ollut vielä kokemusta markkinointipuolesta. Tänä päivänä tekisimme monta asiaa toisin.

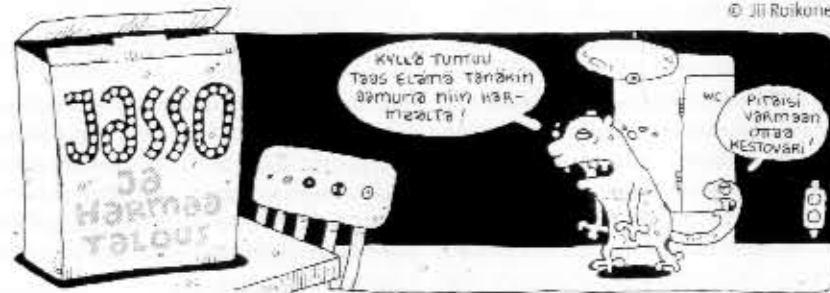
Nykyään firmalla on kuusi osakasta ja se työllistää kolme ihmistä. Valiosarjat markkinoi ja levittää useimpien suomalaisten kustantajien julkaisemia albumeita sekä pokkareita. Arktinen Banaani julkaisee lähinnä sanomalehtisarjoista koottuja albumeita.

– Olellista ei ole se, että kyseessä on sarjakuva vaan mitä aihetta se käsittelee. AB:n valikoimaan kuuluvat toisiaan

tukevat sarjat, jotka laaja yleisö tuntee ja joiden aihepiiri kattaa koko elämäntaaran. Baby Blues on lapsiperheille, Jere kertoo teini-ikäisistä, Viivi ja Wagner on parisuhdesarja sekä B. Virtanen työelämäkuvaus. Monet löytävät näistä yhteyksiä omaan elämäänsä. Pasonen toteaa.

Kiertäessään Suomea Harto havaitsi, että esimerkiksi trendit eivät leviä alueellisesti samaan aikaan kaikkialle. Sarjat, joille ei enää esimerkiksi pääkaupunkiseudulla tunnu löytyvän markkinoita, ovatkin kysytyjä Helsingin ulkopuolella. Niinpä esimerkiksi kaikki

© Jii Ruikonen



Arktisen Banaanin julkaisema Jasso täyttää 10 vuotta.

seitsemän Virtasta ovat saatavilla jatkuvasti kuten myös neljä Viivi & Wagneria. Viimeksimainitun sarjan ykkösalbumi Sikspäkki ja salmiakkia on yltänyt jo 10. painokseensa – mikä merkitsee yhteensä 40 000 kappaletta!

– Minusta sarjakuva ei ole kriisissä, vaikka se ei juuri nyt olekaan Suomessa IN. Kysymys on siitä, miten albumien tulisi olla esillä kaupoissa. Aiemmin kun sarjakuva oli trendikästä, kustantajat julkaisivat paljon albumeita ja jälleenmyyjät olivat innoissaan. Nyt asenne on yksituumaista: valitellaan, että "ei oteta sarjakuvia, niitä varastetaan niin herkästi" ja että niitä on hankala laittaa kunnolla esille. Englannissa käydessäni tutustuin sikäläisten kirjakauppojen valikoimaan. Parhaiten myyvät nimikkeet oli sijoitettu huumoriosastoon, muut sarjat oli lykätty jonnekin hyllyn perälle. Huiput nousevat esille, muut etsivät omaa paikkaansa. Tähän ollaan ilmeisesti meilläkin menossa. Toisaalta, jos kauppiaita ei innosta ottaa Virtasta tai Viiviä, niin sitten menee kyllä Tinttiä tai Asterixia – ehkä muutkin nimikkeet lopulta ylittävät kynnykset, Pasonen arvioi.

– Nuorilla tekijöillä tilanne vaikuttaa olevan sama kuin Alphan aikoina. Pienet yritykset saattavat kasvaa kaupalliseksi toiminnaksi. Isojen kustantajien kiinnostus sarjakuviin on hiipunut, mutta omakustanteet tekevät kaupparisa ainakin kaverilta kaverille.

Hiljattain Valiosarjat kokeili myös maahantuontia. Dorin Rosan varhaisista Norjassa (!) kootut kirjat saapuivat rajoitettuun levitykseen suurempiin kirjakauppoihin. Ankkasarjojen kaltaista myyntiryynnäköä Pertwilly Papers ja Captain Kentucky eivät onnistuneet saamaan aikaan.

– Tämä kokeilu osoitti, ettei maahantuonti istu meidän pirtaan. Se vaatisi säännönmukaista, jatkuvaa toimintaa. Toivottavasti kuitenkin harrastajat löytävät kirjat, mitä tuli maahan vain pienehkö määrä, Pasonen pohtii.

Arktisella Banaanilla on tukenaan harvinaisen apuri, julkinen yhteisö. Yhteistyö juontaa juurensa jo Pasonen nuoruudentyön, omakustannelehti Pumpsin aikoihin. Kevään julkaisuihin kuuluu uusi



Harto Pasonen on julkaissut myös Kari T. Leppänen Sarjis-alkaisia.

© Kirkman&Scott



Sanomalehtisarjakura Baby Blues viehättää vauvaväkeä.

Juba-albumi, joka on kooste joka Poika-lehdessä ilmestyneistä raamattuaiheisista sarjoista. Älä pingota Paavo! Ota viinirypäleitä... ilmestyy AB:n ja Kirkkopalvelujen yhteistuotantona.

– Arktisen Banaanin tuotteita myy nyt kirjakauppareijujen ohella useampi kymmenen antikkaa. Kaikkiaan myyntipisteitä on ainakin kolmesataa. Tähän on mennyt useita vuosia ja menee vieläkin monta. Alkutaipaleella tässä vasta ollaan. Tosi asia on, että divareihin pitäisi keskittyä vielä nykyistä enemmän, koska ne ovat kirjakauppoja ahkerampia sarjakuvan markkinoija, Harto määrittelee.

– Niin paljon kuin entusiastit puolustavatkin sarjakuvaa sinänsä, se on osalaajempaa kokonaisuutta, jonka sisällöllä tulee olla sanottavaa yleisölle. Yhteys arkitodellisuuteen on tärkein. Siitä esimerkkinä käyköön vaikkapa Arne Anikka -näytelmä, joka veti katsomot täyteen. Vastaavaltaselle materiaalille on selvä tilaus olemassa. ■