

BOOK MARKNADEN 2007

Rapport från Svenska Förläggareföreningen, SvF

Bokmarknaden 2007

Rapporten kan beställas från:

Svenska Förläggare AB

Drottninggatan 97

113 60 STOCKHOLM

tfn 08-736 19 40

info@forlaggare.se

© Författarna och Svenska Förläggareföreningen

Redaktör Barbro Waldenström

Grafisk form Majbritt Hagdahl

Tryckt av EO Grafiska, Stockholm 2007

Stockholm september 2007

ISBN 978-91-976255-2-4

INNEHÅLL

1. Inledning	5
2. Den svenska bokmarknaden <i>av Kristina Ahlinder</i>	6
3. Bokförsäljningen under 20 år <i>av Kjell Bohlund</i>	10
4. Bokförsäljning i fysisk bokhandel respektive i internetbokhandeln	21
FYSISK BOKHANDEL 21 <i>av Lars-Erik Linder</i>	
INTERNETBOKHANDELN 29 <i>av P. Jonas Sjögren</i>	
5. Läsning och utlåning <i>av Kristina Ahlinder</i>	35

PRESENTATION AV FÖRFATTARNA

- Kristina Ahlinder** direktör, Svenska Förläggareföreningen
- Kjell Bohlund** ordförande, Svenska Förläggareföreningen
- Lars-Erik Linder** konsult, tidigare verksam i Akademibokhandelsgruppen,
ESSELTE Bokhandel och Norstedts Förlag
- P. Jonas Sjögren** verksam i mer än 30 år inom bokhandel och bokförlag,
tidigare marknadschef på bokus.com och nu
produktchef på Svensk Byggtjänst

1. Inledning

Denna rapport innehåller beskrivningar och analyser av bokförsäljningen på den svenska marknaden och är ett komplement till den årliga branschstatistik som Svenska Förläggareföreningen ger ut sedan drygt trettio år. Rapporten innehåller dels en beskrivning av förlagens försäljning, som bygger på data i branschstatistiken, dels analyser av utvecklingen i bokhandelsledet av Lars-Erik Linder och P. Jonas Sjögren. Slutligen har de ekonomiska analyserna kompletterats med en sammanställning av läsevaneundersökningar och biblioteksstatistik.

Avsikten med rapporten är att ge en översiktlig bild av den svenska bokmarknaden idag, utvecklingstendenser och möjligheter. Frågor och synpunkter tar vi gärna emot. Kontakta då antingen Kristina Ahlinder, Svenska Förläggareföreningens VD, eller Kjell Bohlund, föreningens ordförande. Kontaktuppgifter återfinns nedan.

Kristina Ahlinder

Tfn 08-736 19 41, mobil 070-769 84 45
kristina.ahlinder@forlaggare.se

Kjell Bohlund

Mobil 070-215 43 10
kjell.bohlund@forlaggare.se

2. Den svenska bokmarknaden

av Kristina Ahlinder

Uppskattningsvis omsätter den totala svenska bokmarknaden drygt 7 miljarder kronor i konsumentledet exklusive moms. Siffran baseras på beräkningar som gjorts av Svenska Bokhandlareföreningen och Svenska Förläggareföreningen. Här nedan redovisas de olika försäljningskanalernas delar av denna totalmarknad. Och därefter kommer en uppskattning av det totala antalet försålda exemplar i Sverige. Samtliga siffror avser 2006.

Försäljningen fördelad på olika försäljningskanaler:

Bokhandel	2 500 miljoner kr
Internet	950 miljoner kr
Varuhus, stormarknader	650 miljoner kr
Bokklubbar	850 miljoner kr
Direktförsäljning	1 300 miljoner kr
Andra återförsäljare	800 miljoner kr
	<hr/>
	7 050 miljoner kr

Totala antalet försålda exemplar:

Svenska Förläggareföreningens medlemmar	ca 41,4 miljoner exemplar
Föreningen Svenska Läromedels medlemmar	ca 9,2 miljoner exemplar
All övrig försäljning, uppskattning	ca 20–30 miljoner exemplar

Den svenska bokmarknaden präglas av många aktörer och hård konkurrens. Antalet professionella förlag är stort och nyetableringen relativt omfattande. Antalet återförsäljare, alltså bokhandlar, internetbokhandlar, varuhus, stormarknader, bokklubbar och övriga försäljningsställen av böcker är också betydande.

Det är inte bara handeln med böcker som omfattar många aktörer. Även antalet författare är stort i Sverige. Sveriges Författarförbund har över 2 000 medlemmar. Och ännu många fler är de som vill bli författare. Många tusen manus sänds årligen spontant in till bokförlagen i hopp om publicering.

Förlagen

Antalet bokförlag i Sverige kan illustreras så här:

Kungliga biblioteket, bokutgivare	7 398
SCB, SNI-kod 22110, bokförlag	1 800
Statens kulturråd, litteraturstödssökande förlag	186
Nordiska föreningen för mindre förlag, NOFF	134
Svenska Förläggareföreningen, SvF	69
Föreningen Svenska Läromedel, FSL	16

En rimlig uppskattning får bli att det finns ca 300 professionella förlag med regelbunden utgivning som rör sig på den gängse svenska bokmarknaden. Till dessa kan läggas, som framgår av ovanstående tabell, ett mycket stort antal mindre utgivare, ofta med en mycket liten utgivning eller en utgivning som inte syns på den allmänna marknaden. Det kan röra sig om fysiska personer, högskolor, universitet, trossamfund, stiftelser, statliga organisationer, institutioner, ideella föreningar m fl. Ofta alltså med en annan huvudsaklig verksamhet än bokförläggande.

Utgivningen

De flesta professionella förlag är nischade mot en eller ett par olika utgivningskategorier. Generellt kan sägas att antalet förlag som ger ut barn- och ungdomsböcker respektive skönlitteratur är färre än de förlag som är specialiserade på facklitteratur.

Svenska Förläggareföreningens medlemmar, som alla är allmänutgivande förlag, rör sig i hög grad på den gängse bokmarknaden, med stor försäljning till bokhandel, varuhus, bokklubbar etc. Många förlag som står utanför föreningen har en relativt större andel försäljning direkt till slutkund.

Antal nya titlar och nya upplagor 2006

Svenska Förläggareföreningens medlemmar	4 300
FSL:s medlemmar	1 680
NOFF:s medlemmar, uppskattning	500

Tillsammans gav de tre förläggareföreningarnas medlemmar ut ca 6 500 nya titlar och nya upplagor 2006. Eftersom en viss överlappning finns i medlemskåren är emellertid den verkliga siffran lägre.

För att ge ett perspektiv på storleken på branschföreningarnas medlemmars utgivning kan det vara intressant att titta på vad en annan källa säger om antalet nya titlar. Enligt Kungliga biblioteket nyregistrerades 15 310 nya titlar (böcker) under 2006. Skillnaden mellan branschens siffror och KB:s siffror är som synes mycket stor. Detta kan till en del förklaras av att KB:s statistik snarare speglar i vilken takt man registrerar nya utgåvor än verklig utgivning per år. Den främsta anledningen är dock att KB registrerar allt som ges ut och sedan några år tillbaka även ett större antal tidigare inte redovisade delar i olika rapportserier. Detta tillsammans gör att antalet nya titlar i KB:s statistik blir mycket stort.

Ett segment inom bokutgivningen drar till sig särskild uppmärksamhet. Det är utgivningen – och försäljningen – av ljudböcker. Den här typen av utgivning har ökat kraftigt under senare år, liksom alltså försäljningen och antalet för-

lag. Sverige har enligt uppgift från ljudboksbranschen näst efter USA den mest utvecklade ljudboksmarknaden i världen. På tio år har utgivningen av ljudbokstitlar i Sverige mångdubblats. Idag ger de svenska ljudboksförlagen ut närmare 400 nya titlar per år. Antalet förlag har ökat från endast ett par för några år sedan till idag en bra bit över tio stycken. Ljudböckerna är den gren inom bokbranschen som växer mest. När det gäller antalet försålda exemplar var de förra året ca en miljon stycken.

Orsakerna till den goda utvecklingen för ljudböckerna är flera. Bidragande är naturligtvis utgivningens bredd och att nya, intressanta titlar kommer ut snabbt eller samtidigt som pappersboken, många olika försäljningsställen, bra tekniskt utförande och omtyckta uppläsare. Det faktum att Sverige har låg moms på ljudböcker, att de från skattesynpunkt behandlas på samma sätt som tryckta böcker, har naturligtvis också spelat in.

Det verkar också uppenbart att ljudböckerna har lyckats med det som den tryckta utgivning haft det svårare med, trots kraftigt ökad försäljning totalt sett, nämligen att bredda läsningen. Svenska Transportarbetareförbundet invigde i slutet av 2004 ett första vägkrogsbibliotek. Idag finns sju stycken. Här lånar långtradarchaufförerna inte minst ljudböcker som de kan lyssna på medan de kör. Många av dem har inte tidigare varit läsare. Projektet med vägkrogsbibliotek och ljudböcker visar att det är fullt möjligt att bredda läsningen hos befolkningen.

Läs mer om läsningen i kapitel 5 i denna rapport.

Återförsäljarna

Den absolut viktigaste försäljningskanalen för de svenska förlagen är den fysiska bokhandeln. Antalet bokhandlar är enligt uppgift från Svenska Bokhandlareföreningen ca 400 och av dem ingår ca 240 i någon av grupperingarna Bokia, Akademibokhandeln, JB-Gruppen eller Ugglan. De fyra kedjorna uppskattas tillsammans stå för ca 70 % av omsättningen inom fysisk bokhandel.

Internetbokhandeln växer sig allt starkare och idag finns flera olika internetbokhandlar. Mot bakgrund av att vi i Sverige har en i ett internationellt perspektiv mycket hög datortäthet – och daglig tillgång till internet – finns anledning att tro att internetbokhandelns andel kommer att öka ytterligare. Enligt Mediabarometern 2006 hade 80 % av befolkningen tillgång till internet i hemmet. Tillgången är högst bland högre tjänstemän och akademiker – 94 % och bland ungdomarna ca 92 %. Läs mer om bokhandeln och internetbokhandeln i kapitel 4 i denna rapport.

Bokklubbarnas andel av marknaden minskar totalt sett även om de marknadsledande klubbarna klarar sig bättre. För 2006 var bokklubbarnas andel på marknaden ca 12 % och är nu troligen mindre än både fysisk bokhandel och

internetbokhandel. Utvecklingen går mot mer nischade, specialiserade, klubbar, t ex ljudboksklubbar, klubbar med inriktning mot konst, historia etc.

Stormarknader och varuhus är också viktiga och växande aktörer på bokmarknaden. De är ofta starka på ett mindre antal, inte sällan storsäljande, titlar och de är ofta starkt kampanjdrivna. De är alltså mer beroende av och inriktade på enskilda storsäljande titlar snarare än av titelbredd. Det går som bekant inte heller att beställa böcker hos den här typen av återförsäljare. Andelsmässigt står stormarknaderna och varuhusen för omkring 9 % av förlagens försäljning.

Till försäljningen på den svenska bokmarknaden måste också importen av böcker räknas. Både privatpersoner och återförsäljare importerar böcker till Sverige. Omfattningen av importen kan genom uppgifter från de stora aktörerna på bokmarknaden uppskattas till 700 miljoner kronor. Även här har internetbokhandeln haft betydelse. En stor del av importen går via dem – främst svenska men också utländska internetbokhandlar.

Slutligen skall det väl också nämnas, för att göra bilden av den svenska bokmarknaden komplett, att det i Sverige bedrivs en relativt omfattande handel med begagnade böcker. Det finns många antikvariat och flera av dessa nås numera också via nätet.

3. Bokförsäljningen under 20 år

av Kjell Bohlund

Det har aldrig sålts så mycket böcker i Sverige som under 2006. Oavsett om man räknar i pengar eller antal sålda exemplar var det ett rekordår för den svenska förlagsbranschen. I en tid när många sektorer inom medieindustrin brottas med vikande försäljning och sjunkande upplagor utvecklas den svenska bokbranschen väl och bokläsningen ligger på en hög nivå.

Denna text handlar dock inte om de senaste årens rekordförsäljning utan om den långsiktiga utvecklingen och om strukturella förändringar i bokförsäljningen. Analysen bygger på Svenska Förläggareföreningens Branschstatistik (se not på sid 19). Där det är möjligt har jag valt ett tjugoårsperspektiv och de diagram som redovisas avser i flertalet fall utvecklingen mellan 1987 och 2006. Eftersom branschstatistiken fram till 1993 redovisades för det sk bokhandelsåret (1 april–31 mars) har diagrammen samma tidsaxel med brutna kalenderår t o m 1992.

Diagram 1 visar en stadigt stigande bokförsäljning under tjugoårsperioden. Förlagens samlade försäljning var nästan dubbelt så stor 2006 som 1987. Den i stort sett oavbrutna tillväxten från 1997 är unik i bokbranschens historia.

Men diagrammet illustrerar samtidigt ett grundläggande problem för den svenska förlagsbranschen: försäljningen växer betydligt långsammare än den privata konsumtionen som helhet. Under den här analyserade tjugoårsperioden växte förlagens försäljning i genomsnitt med 3,5 % per år. Det är en ökningstakt som är lägre än lönekostnadsutvecklingen.



Diagram 1. Förlagens försäljning av böcker jämförd med total privat konsumtion 1987–2006 (index)

FÖRKLARING: Diagrammet visar i indexform utvecklingen av förlagens samlade försäljning och privat konsumtion i löpande priser från 1987 till 2006.

KÄLLOR: Svenska Förläggareföreningens branschstatistik samt Konjunkturinstitutets rapportserie Konjunkturläget.

Eftersom förlagen i regel har svårt att minska sina kostnader har den relativt långsamma tillväxten pressat fram återkommande strukturförändringar inom förlagsbranschen. I takt med att kostnaderna ökat snabbare än intäkterna har ett antal förlag fått ekonomiska problem, köpts upp eller fusionerats. Både medelstora och små förlag har på det viset försvunnit och branschen har tydligare formerats i ett antal större förlagskoncerner. Samtidigt sker nyetableringar – det är relativt lätt att starta ett nytt förlag – och därigenom finns det fortfarande ett stort antal aktiva bokförlag. Men gruppen medelstora förlag har i stort sett försvunnit.

Diagram 1 visar också ett tydligt trendbrott i samband med sänkningen av bokmomsen den 1 januari 2002 med mycket stark försäljningsökning både 2002 och 2003. I detta perspektiv framstår moms-sänkningen som oerhört betydelsefull för bokbranschen. Den positiva trenden har ännu inte klingat av helt, men från 2004 och framåt har försäljningen åter växt långsammare än den privata konsumtionen, vilket sannolikt innebär fortsatt press på förlagsstrukturen.

Trots den goda omsättningsutvecklingen för branschen som helhet har resultaten i de enskilda företagen varit mycket skiftande. Att många små förlag har dålig lönsamhet är inte överraskande, men även en del stora förlag har visat underskott de senaste åren och resultatnivån har överlag varit vikande efter framgångarna 2002–2003.

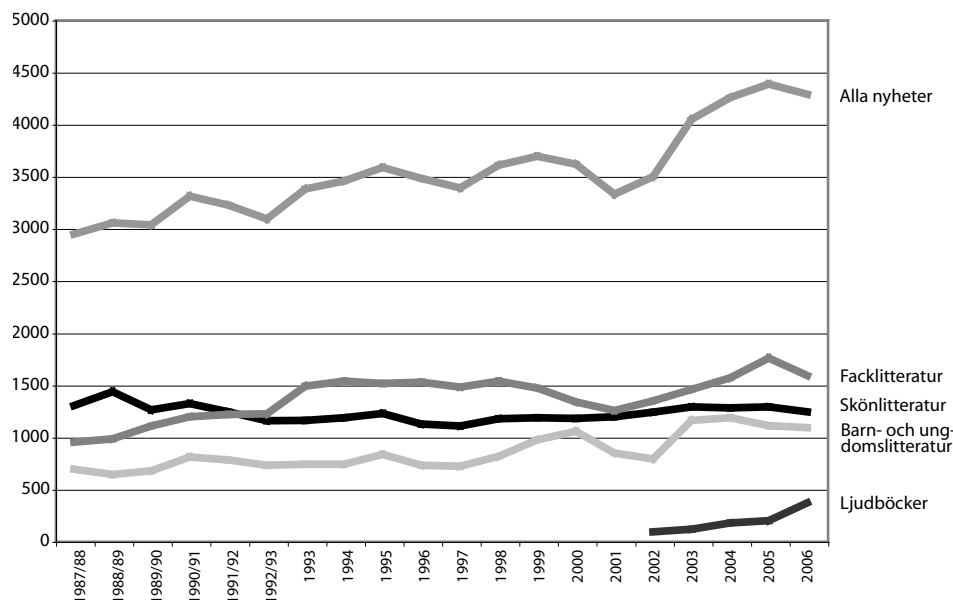


Diagram 2. Nyutgivning 1987–2006 (antal titlar)

FÖRKLARING: Diagrammet visar antal nya titlar totalt och per litteraturkategori, utgivna av Svenska Förläggareföreningens medlemsförlag. Som nya titlar räknas originalutgåvor, reviderade utgåvor av äldre titlar samt pocket och annan reprint i nytt utförande.

KÄLLA: Svenska Förläggareföreningens branschstatistik.

I takt med den stigande försäljningen har nyhetsutgivningen ökat (diagram 2). Antalet nya böcker beror på valet av definition. Denna text baseras på Svenska Förläggareföreningens branschstatistik, som visar att förlagen gav ut 4 278 nya titlar 2006. Det är något färre än föregående år, men sett över hela tjugoårsperioden är det ändå en hög siffra.

Efter en måttlig ökning av antalet nya titlar fram till 1999, följt av ett par års minskad nyutgivning, har förlagen från och med 2002 ökat sin utgivning kraftigt – i första hand av facklitteratur, barnböcker och ljudböcker. Även här kan man alltså se de stimulerande effekterna av momssänkningen.

Utvecklingen för de olika kategorierna har varit skiftande. Den största dynamiken finns på fackboksmarknaden med en kraftig ökning av nyutgivningen.

Nyutgivningen av barnböcker har varit ryckig, vilket till en del kan kopplas till förlagens periodiska satsningar på serier (inte bara tecknade serier) med många titlar. Sammantaget har det skett en stark ökning under perioden.

Den skönlitterära utgivningen avviker från det expansiva mönstret. Antalet nyheter har varit vikande fram till 1997, därefter svagt stigande, men kvar på en lägre nivå 2006 än 1987.

Nedanstående diagram 3 visar hur strukturen utvecklats inom kategorin skönlitteratur. Detta diagram visar att nyutgivningen av skönlitteratur har minskat under perioden. Det är framförallt översättningslitteraturen som har skurits

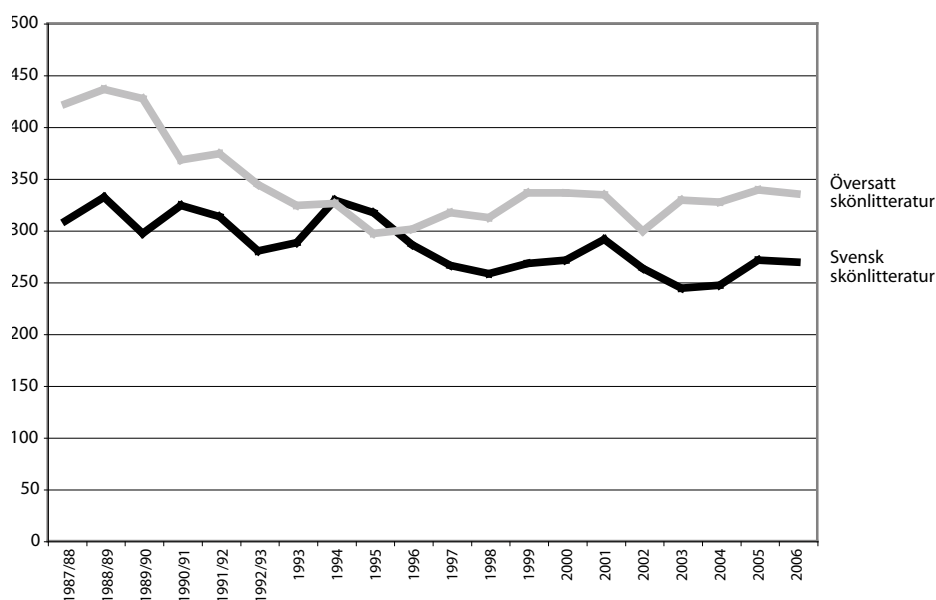


Diagram 3. Den skönlitterära nyutgivningen 1987–2006 (antal titlar)

FÖRKLARING: Diagrammet visar antal nya skönlitterära titlar, fördelade på svensk och översatt litteratur, utgivna av Svenska Förläggareföreningens medlemsförlag. Här har pocket och annan reprint exkluderats.

KÄLLA: Svenska Förläggareföreningens branschstatistik.

ned. Antalet nyöversättningar har minskat från 421 till 334, det vill säga med över 20 %. Även den svenska nyutgivningen har sjunkit men mera måttligt.

Diagram 3 visar antalet nya originaltitlar. Här finns inte pocketböcker och annan återutgivning (reprint) med. Denna har ökat kraftigt under perioden fram till och med 2003, därefter har även den sjunkit.

Diagram 4 visar den kraftiga försäljningsökningen från 2002 och framåt. Samtliga litteraturgenrer har ökat sin försäljning. Största relativa ökningen över hela perioden har barn- och ungdomsböckerna.

Skönlitteraturen är trots den minskade nyutgivningen den omsättningsmässigt största genren, vilket förklaras av den starka ökningen av pocketförsäljningen och av att de genomsnittliga upplagorna är mycket större för skönlitteratur än för övriga kategorier.

I diagram 4 visas inte alla typer av böcker. Försäljningen av uppslagsverk, som var relativt stor under periodens början, har krympt kraftigt och redovisas inte.

Diagram 5 visar en kraftig förskjutning i fördelningen mellan svensk och översatt skönlitteratur under perioden. 1987 svarade den svenska skönlitteraturen för 36 % av försäljningsvärdet. 2006 hade andelen stigit till över 51 %.

Kurvorna är taggiga, framför allt de senaste åren, vilket troligen beror på att enskilda titlar fått allt större genomslag i totalsiffrorna. Sammantaget finns dock en stadig ökning för den svenska skönlitteraturen.

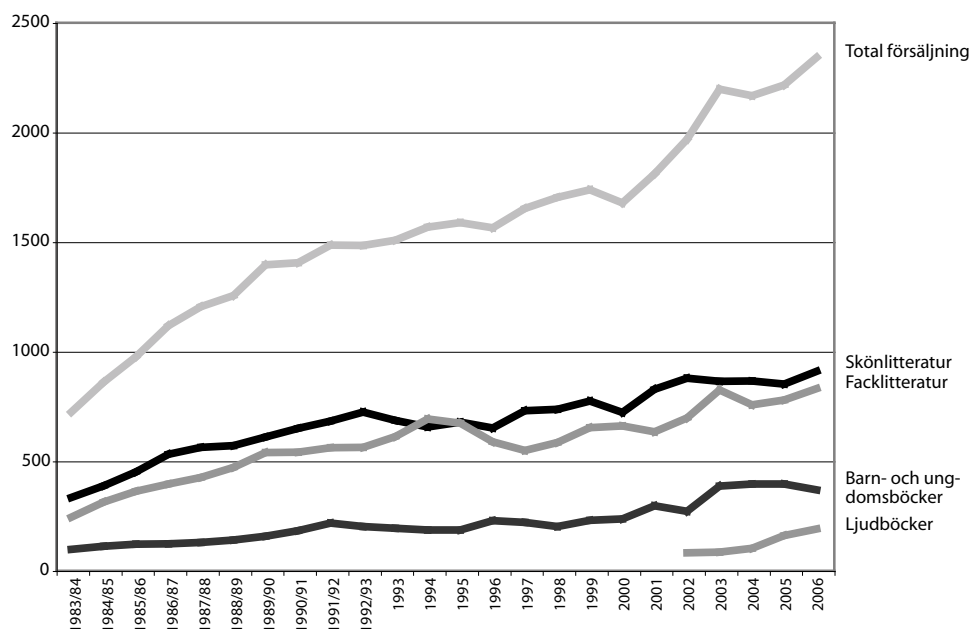


Diagram 4. Försäljningen av olika litteraturkategorier (milj kr)

FÖRKLARING: Diagrammet visar förlagens totala försäljning – till återförsäljare eller direkt till konsument – i löpande priser. Här är all utgivning inkluderad – nyheter, backlist och reprint.

KÄLLA: Svenska Förläggareföreningens branschstatistik

3. BOKFÖRSÄLJNINGEN UNDER 20 ÅR

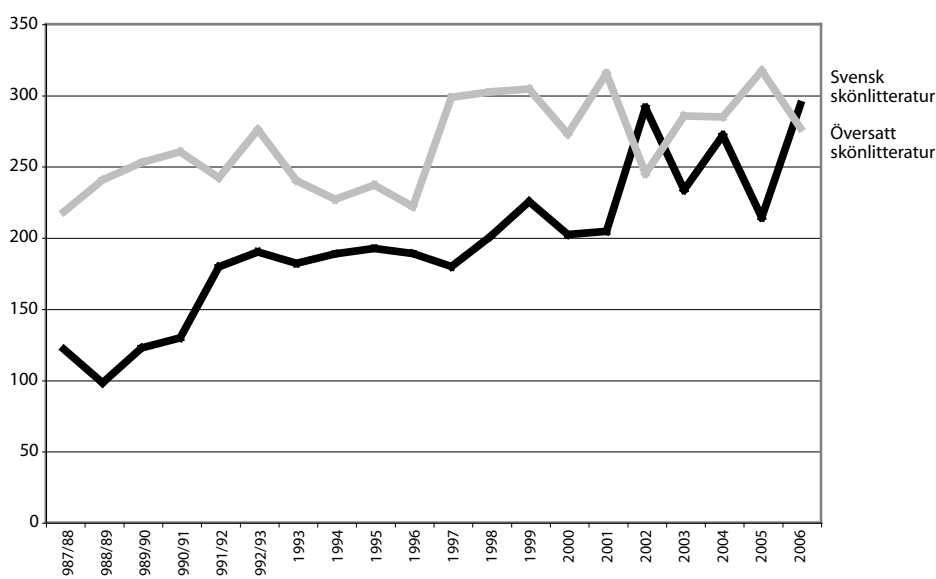


Diagram 5. Försäljning av svensk och översatt skönlitteratur (milj kr)

FÖRKLARING: Diagrammet visar försäljningen av svensk och översatt skönlitteratur i originalutförande – nyheter och backlist. Pocket och annan reprint är inte inkluderad. Värdena är i löpande priser, milj kr.

KÄLLA: Svenska Förläggareföreningens branschstatistik

Sett över hela perioden är det uppenbart att det skett en förändring i läsmönstret, att vi i allt högre grad läser svenska romaner. Bakom det finns ett samspel mellan författare, förlag och medier. Många svenska författare skriver på ett medvetet och skickligt sätt för att nå en större publik och arbetar – i samverkan med sina förlag – aktivt för att bli marknadsförda genom medierna.

Den starka försäljningsökningen för svensk skönlitteratur har tidsmässigt sammanfallit med centraliseringen av bokhandelns inköp. Det tycks vara lättare för både bokhandels- och varuhuskedjor att marknadsföra svenska böcker än översättningar.

Samtidigt som man kan glädjas åt framgångarna för de svenska författarna kan man tyvärr konstatera att den utländska litteraturen fått mindre utrymme. Ökade översättningskostnader kan ha bidragit till den minskade utgivningen, men det är i huvudsak förändringar i efterfrågan som ligger bakom.

Under den tjuugoårsperiod som statistiken omfattar har vi fått ett antal svenska bestsellerförfattare med sålda upplagor som tidigare var okända. 1987 såldes en ny svensk roman i genomsnitt i 4 300 ex. År 2006 hade den siffran ökat till 9 400 ex. Medelupplagan för översättningsromaner ökade också, men bara marginellt från 5 900 ex till 6 000 ex. Även pocketupplagorna har ökat kraftigt, från 8 300 ex till 14 000 ex i genomsnitt. Här finns ingen uppdelning mellan svenska och översatta titlar. (Se diagram 6.)

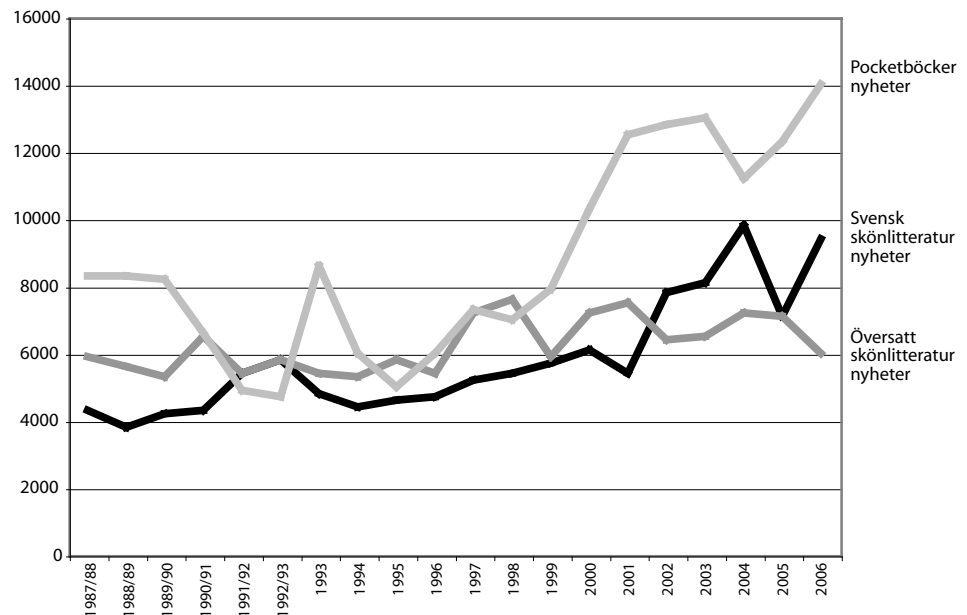


Diagram 6. Genomsnittlig såld upplaga för skönlitterära böcker (antal ex)

FÖRKLARING: Diagrammet visar den genomsnittliga försäljningen under utgivningsåret av nya svenska och översatta romaner samt av pocketböcker. Backlistförsäljningen ingår inte.

KÄLLA: Svenska Förläggareföreningens branschstatistik.

Det är viktigt att notera att diagrammet visar den genomsnittliga upplagan, inte medianupplagan eller en ”normal” upplaga. Branschstatistiken säger ingenting om spridningen av upplagorna. En del av den stora ökningen för svensk skönlitteratur kan hänföras till ett litet antal titlar med mycket höga upplagor, men det går inte att förklara hela ökningen på det viset.

Under periodens första hälft, fram till och med 1997, är mönstret för barn- och ungdomsböcker detsamma som för skönlitteraturen (diagram 7). Försäljningen av svenska böcker växer mycket snabbare än översättningarna. Andelen svenska böcker ökar från 51 % 1987 till 71 % 1997.

1998 hände något. Översättningslitteraturen började öka i försäljning och har fortsatt att göra det – åtminstone fram till och med 2005. Det skulle vara fel att beskriva det hela som en tillbakagång för de svenska barnböckerna, deras försäljning har ökat under perioden. Men de översatta böckerna har ökat mer.

Det finns en uppenbar Harry Potter-effekt i utvecklingen. Ryckigheten i kurvorna från 2000 och framåt sammanfaller nära med utgivningen av nya Harry Potter-böcker. Och 2006, ett år utan ny Harry Potter, var balansen tillbaka på utgångsläget 1987 med en jämn fördelning mellan svenska och översatta barnböcker. Men uppgången för de översatta barn- och ungdomsböckerna hade börjat innan Harry Potter och japanska manga gjorde sin entré på topplistorerna, och det verkar finnas en underliggande tendens till ökat intresse för översättningar.

3. BOKFÖRSÄLJNINGEN UNDER 20 ÅR

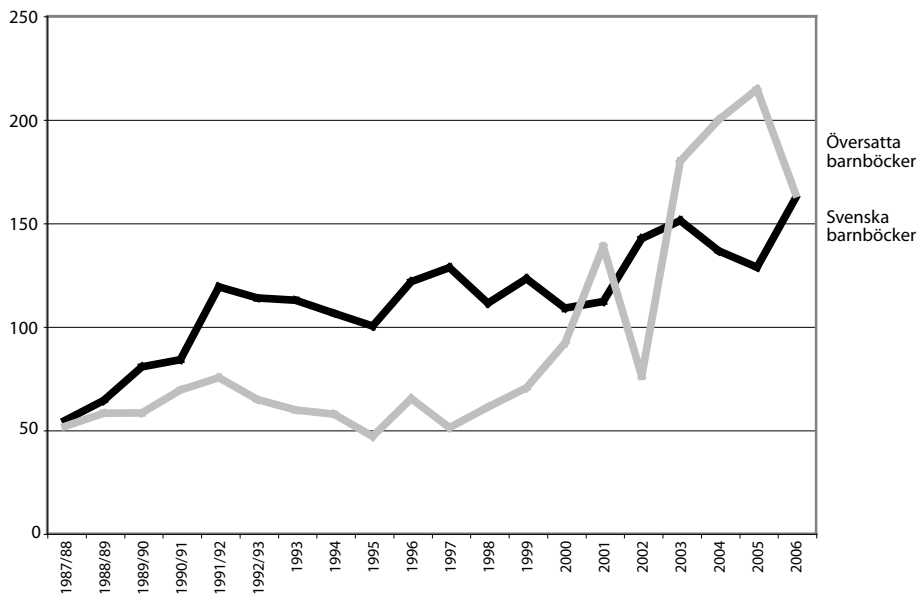


Diagram 7. Försäljning av svenska och översatta barn- och ungdomsböcker (milj kr)

FÖRKLARING: Diagrammet visar försäljningen av barn- och ungdomsböcker i originalutförande – nyheter och backlist. Pocket och annan reprint är inte inkluderad. Värdena är i löpande priser, milj kr.

KÄLLA: Svenska Förläggareföreningens branschstatistik

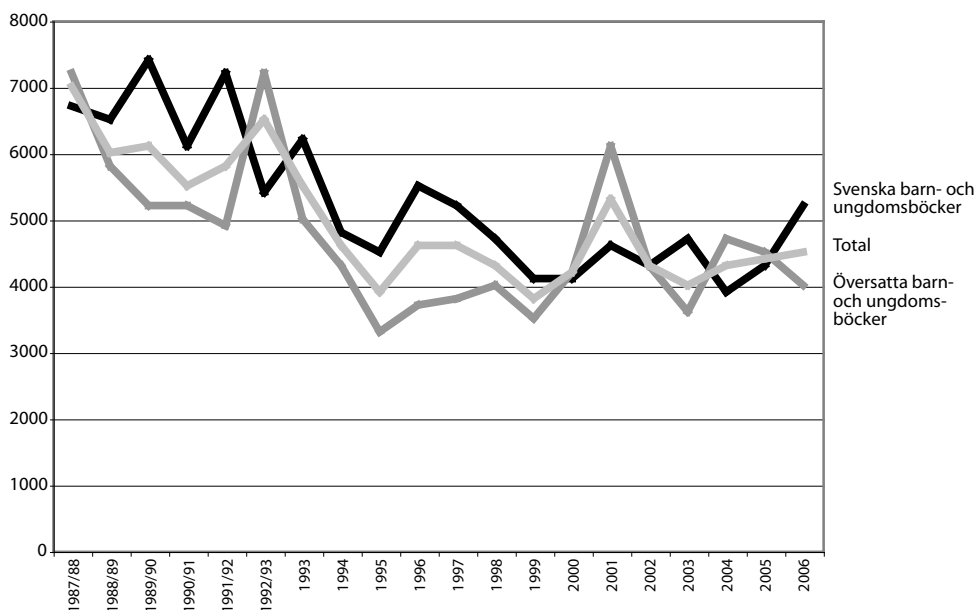


Diagram 8. Genomsnittlig såld upplaga nya barn- och ungdomsböcker (antal ex)

FÖRKLARING: Diagrammet visar den genomsnittliga försäljningen under utgivningsåret av nya barn- och ungdomsböcker. Reprint och backlistförsäljningen ingår inte.

KÄLLA: Svenska Förläggareföreningens branschstatistik.

Medan förlagens skönlitterära utgivning har utvecklats i riktning mot minskat antal titlar och ökade medelupplagor har barnboksmarknaden gått åt andra hållet, vilket framgår av diagram 8.

Nyutgivningen av barn- och ungdomsböcker har ökat samtidigt som den genomsnittliga upplagan har sjunkit kraftigt. Detta gäller både svenska och översatta barnböcker. 1987 var den genomsnittligt sålda upplagan för barn- och ungdomsböcker 7 000 ex. År 2006 hade den sjunkit till 4 500 ex. Detta vittnar om en hårdnande konkurrens på barnboksmarknaden med risk för att prisnivån pressas uppåt.

Försäljningen av fackböcker har – sett över hela perioden från 1987 – växt betydligt snabbare än skönlitteraturen.

Diagram 9 visar den mycket starka dominansen för svensk facklitteratur över hela perioden. Under periodens början, fram till 1997, sjönk dock försäljningen av svenska fackböcker och översättningarnas andel ökade. Därefter har försäljningen av svensk och översatt facklitteratur utvecklats i ungefär samma takt.

Inom kategorin fackböcker står kursböcker för en betydande andel. Den har under senare år utvecklats svagt, men den totala fackboks-försäljningen har trots det ökat.

När man analyserar de olika litteraturkategorierna bör man veta att ”fackböcker” är ett mycket vitt begrepp i detta sammanhang. Förlagen grupperar ofta sin utgivning i tre kategorier – skönlitteratur, barn- och ungdomsböcker samt

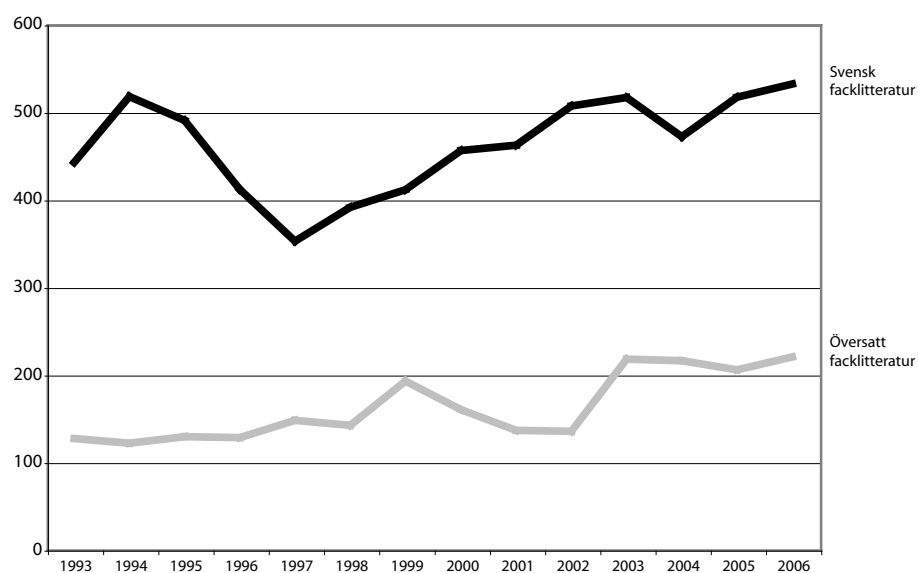


Diagram 9. Försäljning av svensk och översatt facklitteratur (milj kr)

FÖRKLARING: Diagrammet visar försäljningen av fackböcker i originalutförande – nyheter och backlist. Pocket och annan reprint är inte inkluderad. Före 1993 finns ingen uppdelning mellan svensk och översatt facklitteratur i statistiken. Värdena är i löpande priser, milj kr.

KÄLLA: Svenska Förläggareföreningens branschstatistik.

3. BOKFÖRSÄLJNINGEN UNDER 20 ÅR



Diagram 10. Genomsnittlig såld upplaga för fackböcker (antal ex)

FÖRKLARING: Diagrammet visar den genomsnittliga försäljningen under utgivningsåret. Reprint och backlistförsäljningen ingår inte.

KÄLLA: Svenska Förläggareföreningens branschstatistik

facklitteratur. Och det blir inte sällan så att fackböcker är de böcker som inte passar in i någon av de två övriga kategorierna.

Även för fackböckerna har den genomsnittliga upplagan sjunkit, sett över hela perioden (diagram 10). Nedgången inträffade under första hälften av perioden. Från 1997 har medelupplagan ökat något. Branschstatistiken skiljer inte mellan svenska och översatta fackböcker för hela perioden. Tillgänglig uppdelning från 1993 visar inga stora skillnader mellan svenskt och översatt när det gäller medelupplagorna.

Det kan vara värt att notera att den genomsnittliga upplagan för fackböcker är låg. 2006 såldes i genomsnitt 3 200 ex under utgivningsåret. För ekonomin inom denna genre är backlistförsäljningen av mycket stor betydelse, eftersom utgivning i pocket och annan reprint är begränsad.

Diagram 11 visar bokhandelns dominans i distributionsledet. Här måste understrykas att internetbokhandeln redovisas som en del av bokhandeln, vilket förklarar den kraftiga ökningen av bokhandelns andel från 2000 och framåt. Internethandeln står för en stor del av tillväxten under perioden.

Även varuhus och stormarknader har ökat sin andel av förlagens försäljning och är tillsammans med internetbokhandeln den försäljningskanal som växer snabbast. Övriga kanaler – bokklubbar, Bibliotekstjänst och kategorin ”övriga” – står för en sjunkande andel.

Diagrammet innehåller en felkälla som tyvärr inte går att eliminera. Förlagens försäljning till grossister (t ex Seelig, Pocketstället och Pocketgrossisten)

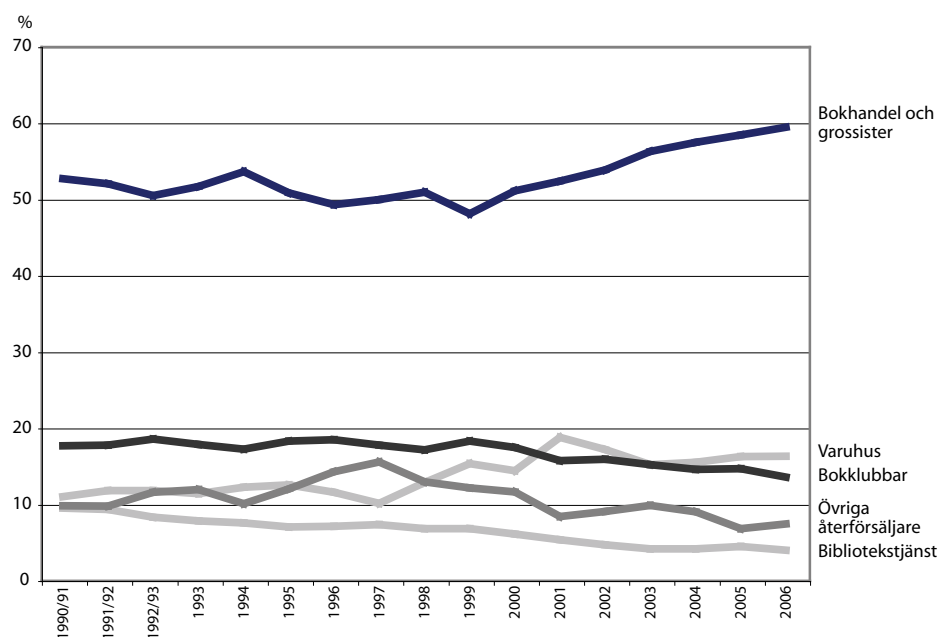


Diagram 11. Utvecklingen i olika försäljningskanaler (% andel)

FÖRKLARING: Diagrammet visar hur förlagens försäljning till olika typer av återförsäljare utvecklats från 1990. Kurvorna anger hur stor procentuell andel de olika typerna av återförsäljare stått för respektive år.

KÄLLA: Svenska Förläggareföreningens branschstatistik.

redovisas tillsammans med bokhandelsförsäljningen. En del av försäljningen till grossister når dock läsarna via andra kanaler än bokhandeln. Det gäller t ex försäljningen av pocketböcker i dagligvaruhandeln. Bokhandelns andel är alltså inte fullt så hög som diagrammet visar.

Bokförsäljningen har alltid varit nyhetsdriven. 1987 stod nyheterna för 67 % av den totala försäljningen och siffran har sedan ökat till över 70 % (diagram 12). Den stora fokuseringen på nyheter och bristande tillgänglighet för äldre titlar har varit en återkommande källa till kritik mot både förlag och bokhandel. Och frågan har även diskuterats internt inom branschen, eftersom marginalerna på backlistförsäljning normalt är högre än för nyheter.

Frågan har fått ny aktualitet i samband med näthandelns växande betydelse. Chris Anderson skriver i sin bok *The long tail* att bestsellerismens bästa tid är förbi, att internethandeln kommer att innebära ett uppsving för den "långa svansen" av titlar med låg försäljningstakt. Branschstatistiken ger ett försiktigt stöd för den hypotesen. Backlistförsäljningens andel har ökat de två senaste åren, från 25 % till 28 %, och det blir intressant att under kommande år se om detta är ett trendbrott eller om det rör sig om tillfälliga svängningar.

3. BOKFÖRSÄLJNINGEN UNDER 20 ÅR

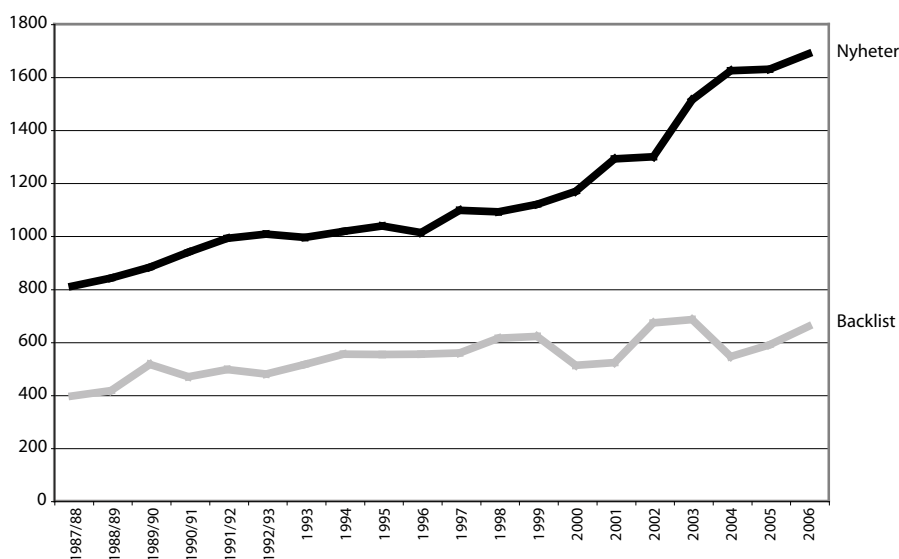


Diagram 12. Försäljningen av nyheter och backlist (milj kr)

FÖRKLARING: Diagrammet visar hur förlagens försäljning fördelar sig på nyheter och backlist. All utgivning är inkluderad, både original och reprint. Värdena är i löpande priser, milj kr.

KÄLLA: Svenska Förläggareföreningens branschstatistik

Svenska Förläggareföreningens branschstatistik, som i år publicerades för trettiofjärde gången, bygger på uppgifter från föreningens medlemmar. Det är alltså en förlagsstatistik, som visar förlagens försäljning. Till största delen rör det sig om försäljning till bokhandlare, varuhus, bokklubbar och andra typer av återförsäljare eller grossister, alltså inte försäljning till det man brukar kalla slutkunder eller läsare. Men de förlag som har egna bokklubbar eller annan försäljning till slutkunder redovisar denna. Totalt utgörs ca 65 % av försäljning till återförsäljare och 35 % av försäljning till slutkunder.

Den andra begränsningen i statistiken är att den endast visar försäljningen från medlemmarna i Svenska Förläggareföreningen. Alla större allmänförlag är medlemmar i föreningen och ingår i statistiken. Utanför statistiken står

- Läromedelsförlag och kursboks-förlag
- Specialiserade fackboks-förlag
- Många små förlag

Trots dessa begränsningar ger branschstatistiken en god bild av hur försäljningen utvecklats över en längre tidsperiod och är tack vare sina långa tidsserier den bästa beskrivningen av bokmarknadens strukturutveckling. Rapporten kan beställas från Svenska Förläggareföreningen, Drottninggatan 97, 113 60 Stockholm eller hämtas på nätet www.forlaggare.se.

4. Bokförsäljning i fysisk bokhandel respektive i internetbokhandeln

FYSISK BOKHANDEL

av Lars-Erik Linder

Bokhandelns utveckling under perioden 2001–2006 är särskilt intressant att följa ur en rad olika aspekter. Bokmomsen sänktes som bekant den 1 januari 2002 från 25 till 6 % vilket lett till en ökad försäljning inte bara i bokhandeln utan även i andra kanaler. En intressant frågeställning är om effekten av den sänkta bokmomsen fortfarande finns kvar.

Bokhandelns strukturomvandling har lett till att kedjebildningarnas dominans fortsatt att öka. Samtidigt har internetbokhandelns frammarsch varit betydande. Intressant är därför också att undersöka hur detta tillsammans påverkat försäljning och resultat.

Digitala böcker – så kallade e-böcker – och lässkivor har ännu inte slagit igenom på marknaden men kan väntas göra det inom de närmaste två-tre åren. Ljudböcker är en annan relativt ny produkt som kraftigt ökat under senare år. Idag säljs ljudboken främst i form av cd-skivor men i framtiden är det troligt att den i allt högre grad kommer att säljas och laddas ned direkt från nätet.

Sammantaget ser framtiden alltså ut att innehålla en hel del utmaningar, men också möjligheter, för den fysiska bokhandeln.

Försäljningsutvecklingen

Bokhandelsåret 2005/06 var ett händelserikt år i den svenska bokhandeln. Två stora företag, Wettergrens och Exlibris, bytte ägare och handeln med böcker över internet ökade mycket kraftigt.

Tabell 1 på nästa sida visar de olika gruppernas utveckling sedan 2001/02 det vill säga året när den lägre bokmomsen infördes, t o m 2005/06. Underlaget är företagets bokslut som oftast görs per den 30 april. Vissa bolag gör i stället bokslut per kalenderår vilket gör att en del jämförelser haltar något. Över tid spelar de olika bokslutsperioderna emellertid inte någon större roll.

Utvecklingen i stort

Wettergrens ingår i Bokia och Exlibris ingår i Akademibokhandelsgruppen (ABG) i de redovisade siffrorna – även om dessa övertaganden skedde någon eller några månader efter bokslutsdatum.

Den fysiska bokhandeln har under femårsperioden försäljningsmässigt ökat med 19 %. Under de första tre åren var prisstegringarna obetydliga men därefter mer normala. Vi kan anta att det fortfarande finns en effekt av momssänkningen

4. BOKFÖRSÄLJNING I FYSISK BOKHANDEL RESPEKTIVE I INTERNETBOKHANDELN

Tabell 1. Återförsäljarnas totala försäljning av böcker samt pappers- och kontorsvaror, CD-skivor etc. beskrivet i inbördes storlek och relativ förändring under mätperioden

	2001/02		2002/03		2003/04		2004/05		2005/06	
	Mkr	Index	Mkr	Index	Mkr	Index	Mkr	Index	Mkr	Index
Bokia	776	100	842	109	837	107	750	96	927	119
JB-Gruppen	435	100	487	112	513	118	597	137	356	82
Ugglan	115	100	130	113	138	120	154	134	172	149
Servicebok- handel	51	100	61	119	58	113	64	125	51	100
Övriga	363	100	391	108	398	110	398	110	413	114
ABG	889	100	1065	120	1101	124	1139	128	1206	136
<i>Summa</i>	<i>2634</i>	<i>100</i>	<i>2979</i>	<i>113</i>	<i>3046</i>	<i>116</i>	<i>3106</i>	<i>118</i>	<i>3125</i>	<i>119</i>
Kursbok- handel	181	100	211	117	230	127	236	131	209	130
<i>Summa</i>	<i>2815</i>	<i>100</i>	<i>3190</i>	<i>113</i>	<i>3276</i>	<i>116</i>	<i>3342</i>	<i>119</i>	<i>3334</i>	<i>118</i>
Internet- bokhandel	215	100	209	97	267	124	382	178	504	234
<i>Totalt</i>	<i>3030</i>	<i>100</i>	<i>3399</i>	<i>112</i>	<i>3544</i>	<i>117</i>	<i>3724</i>	<i>123</i>	<i>3838</i>	<i>127</i>

KÄLLA: MM Partner

kvar i försäljningsvolymen. Läger vi så till handeln med böcker över internet är den totala ökningen 27 % vilket skulle kunna täcka såväl inflationen som en momseffekt. Det mest sannolika är dock att internetbokhandeln tagit försäljning även från andra försäljningskanaler, t ex bokklubbar, varuhus, stormarknader och biblioteks-försäljningsföretag.

Information för resten av 2006 saknas, men vissa uppgifter finns ändå att tillgå. Dessa indikerar att den fysiska bokhandeln tappat ytterligare ca 3 % i försäljningsvolym främst när det gäller kursböcker för högre utbildning men även när det gäller annan försäljning.

Detaljkommentarer

Bokia har genom förvärvet av Wettergrens ökat sin andel från 20 till 24 %. För Bokia utom Wettergrens kan vi dock konstatera en i stort sett oförändrad andel. Våren 2007 har dessutom ABG förvärvat Wennbergs i Västerås och fyra mindre butiker har lämnat Bokia för Ugglan.

Tabell 2. Bokhandelns relativa andelar i procent avseende total bokhandelsförsäljning, det vill säga böcker plus sidosortiment

	2001/02 %	2002/03 %	2003/04 %	2004/05 %	2005/06 %
Bokia	26	25	24	20	24
JB-Gruppen	14	14	14	16	9
Ugglan	4	4	4	4	5
Servicebokhandel	2	2	2	2	1
Övriga	12	12	11	11	11
Akademibok- handelsgruppen	28	31	31	30	31
Kursbokhandel	6	6	6	6	6
Internetbokhandel	7	6	8	10	13
	100	100	100	100	100

KÄLLA: MM Partner

JB-Gruppen har tappat ca 240 Mkr 2005/06, vilket i stort sett motsvarar förlusten av Wettergrens och Exlibris. En relevant fråga är om gruppen i framtiden kommer att klara av marknadsföring m m på nuvarande nivå. Möjligen kan några Bokia-butiker komma att gå över till JB-Gruppen .

Bokia och JB-Gruppen har minskat sin sammanlagda omsättning från 1 347 miljoner kronor 1 283 miljoner kronor det senaste året. Minskningen motsvarar i stort sett Exlibris omsättning.

Ugglan och Servicebokhandeln har sammanlagt endast en liten ökning, men under 2007 kommer fyra nya medlemmar från Bokia-gruppen att ingå i Ugglan.

Frågan är hur de mindre boklådorna kommer att klara konkurrensen från internetbokhandeln och hur de kommer att klara den väntade digitaliseringen.

Övriga boklådor behåller sin andel av totalförsäljningen och ökar försäljningsmässigt med 3,5 %.

ABG ökar sin andel med 1 % men när Exlibris räknas bort är man tillbaka på föregående års nivå. ABG tappar kursboks-försäljning till internet och, med all sannolikhet också, till kopiering. En ökning av allmänbokförsäljning kan dock noteras.

Kursbokhandeln tappade 2005/06 ca 11 % av sin försäljning, sannolikt till internetbokhandeln och till analog kopiering. En del kursmaterial kan också hämtas och laddas ner från nätet.

Internetbokhandel, alltså handeln med böcker över internet, har ökat sin andel med 3 procentenheter. Under 2006 ökade man kraftigt. Om vi utgår från att bokhandeln minskat med ca 5 % och internetbokhandeln ökat till 950 Mkr får vi fram följande andelar:

	Mkr	%
Fysisk bokhandel	3 150	77
Internet	950	23
<u>Totalt</u>	<u>4 100</u>	<u>100</u>

Om vi sätter internethandeln i relation till en total marknad exklusive skolböcker på ca 6 miljarder kronor blir andelen ca 14 %.

Digitalisering

Inom The Euorepean Booksellers Federation, den europeiska bokhandlarfederationen, räknar man med 5–10 % i förlorad försäljning på grund av digitaliseringen under de närmaste tre–fem åren för den fysiska bokhandeln.

Akademisk bokhandel och kursbokhandel tappar sannolikt mer än boklådor för vilka shopping, underhållning och populärfacklig litteratur är betydande. Småboklådor i Sverige, Ugglan och servicebokhandeln, har redan ett brett sortiment av andra varor och har troligen lättast att parera försäljningsbortfall. Internetbokhandlarna i Sverige får sannolikt känna av allt kraftigare konkurrens från internetgrossister (det vill säga företag som säljer ett brett sortiment från många utgivare av digitala ljudböcker och e-böcker till detaljister men även till institutioner, företag och enskilda personer) och direktförsäljning från förlagen varför åren 2008 och 2009 sannolikt av det skälet kommer att bli särskilt intressanta att följa.

Bokhandelns resultat

	2004/05 Mkr	2005/06 Mkr
ABG	68,0	40,0
Bokia	10,0	16,5
JB-Gruppen	9,0	11,0
Ugglan	2,7	3,5
Servicebokhandel	2,0	1,0
Kursbokhandel	3,0	2,7
Övriga	21,0	15,5
	115,7	90,2
Försäljning	3 342*	3 334
Resultat i %	3,5	2,7
Internetbokhandeln		
Adlibris	12,0	16,0
Bokus	-0,8	-11,1
	11,2	4,9

*I siffran ingår utöver böcker också andra produkter.

Lönsamheten i bokhandeln totalt minskar som vi ser mellan 2004/05 och 2005/06. För den fysiska bokhandeln ligger försäljningen på en oförändrad nivå medan internethandeln har ökat med ca 120 miljoner kronor i försäljning utan förbättrad lönsamhet.

Jämförbara enheter

Som vi konstaterat ovan har ett antal bokhandelsföretag efter ägarförändringar gått från en kedja till en annan, vilket försvårar analysen av de olika kedjornas utveckling över tid.

För att eliminera den effekten redovisas nedan en analys av kedjornas försäljning och resultat de två senaste åren baserad på ett underlag där samma butiker ingår båda åren.

Bokia

	2004/05	2005/06
Försäljning index	100	96
Resultat i %	1,4	1,6

Bokia-butikerna minskade sin försäljning under 2005/06 med 4 %. Om vi utgår från en prisökning på 3 % är tappet betydande. Resultatet för den jämförbara gruppen har ökat från 1,4% till 1,6 %. Bakom denna siffra finns ett fåtal enheter som kraftigt förändrat sitt resultat. Resultatnivån för Bokia är med andra ord inte tillfredsställande.

JB-Gruppen

	2004/05	2005/06
Försäljning index	100	93
Resultat i %	1,1	1,4

JB-Gruppens jämförbara enheter tappade 2005/06 ca 7 % av försäljningen jämfört med föregående år. Resultatnivån förbättrades något, från 1,1 % till 1,4 %. Ökningen ligger helt på fyra större förändringar. Övriga tjugosju bolag ligger kvar på den låga nivån från 2004/05.

Bokia och JB-Gruppen (sammantaget)

	2004/05	2005/06
Försäljning index	100	95
Resultat i %	1,3	1,5

Vikande försäljning och för dålig lönsamhet kännetecknar denna betydande del av svensk bokhandel.

Ugglan

	2004/05	2005/06
Försäljning index	100	103
Resultat i %	2,0	2,4

Den jämförbara gruppen inom Ugglan har både haft en försäljningsökning och en rejäl ökning av resultatet. Detta kan bero på att Ugglan totalt blivit större och kunnat fördela gemensamma kostnader på fler enheter och på så sätt få bättre inköpsrabatter.

Servicebokhandeln

	2004/05	2005/06
Försäljning index	100	94
Resultat i %	2,8	2,0

Försäljningen har minskat i stort sett på samma sätt som för de större boklådorna i Bokia och JB-Gruppen och resultatet är kraftigt på väg neråt. Gruppen har tappat medlemmar främst till Ugglan.

Övriga

I denna grupp ingår såväl allmänbokhandel som specialbutiker. Den sammanlagda omsättningen i denna grupp är ca 400 milj kr.

	2004/05	2005/06
Försäljning index	100	101
Resultat i %	5,2	3,7

Jämförbara enheter ökar visserligen försäljningen men tappar i resultat. Resultattappen ligger i huvudsak på några få större enheter.

Kursboklådor

	2004/05	2005/06
Försäljning index	100	95
Resultat i %	1,6	1,3

Försäljningen i de 12 jämförbara enheterna har gått ned med 5 %. För gruppen Kursboklådor som helhet har försäljningen minskat med 11 % efter ett antal nedläggningar. Bland de jämförbara enheterna finns flera av de studentägda enheterna vid de stora universiteten. Resultatet för de jämförbara enheterna går ned från en redan för låg nivå.

ABG

Jämförbarheten är svår att åstadkomma då detaljresultat om ABG:s enheter inte är officiella.

Internetbokhandeln

	BOKUS	ADLIBRIS
Försäljning		
2004	160	190
2005	178	302
2006	330	477
Resultat		
2004	-0,7	12
2005	-11	16
2006	-29	20

Adlibris resultat är 4 % av försäljningsvolymen vilket kan jämföras med 6,3 % år 2004. Expansion och priskrig kostar uppenbarligen pengar. Detsamma gäller Bokus som dessutom har haft kostnader för sammanslagning med ABG:s näthandel.

Sammanfattning

Bokköpandet ligger fortfarande på en hög nivå om vi använder räkenskapsåret året 2001/02 som utgångspunkt. Den fysiska bokhandeln har dock det senaste året, 2005/06, tappat försäljning. Internetbokhandeln ökar kraftigt och har 2006 nått 23 % av bokhandelsmarknaden och 13 % av totalmarknaden. Internethandelns andel kan förväntas öka och kommer sannolikt att nå 30 % av bokhandelsmarknaden och 20 % av totalmarknaden inom några år.

För förlag och bokhandel finns här en gemensam risk. Om bokhandeln fortsätter att tappa 5 % per år innebär 2007 och 2008 ett totalt tapp på ca 300 Mkr. Om en fjärdedel, 75 Mkr, inte suggs upp av andra försäljningskanaler tappar förlagen ett bidrag på 25 Mkr och bokhandeln ett bidrag på 30 Mkr. Butiksshopping är inte alltid möjligt att flytta och sannolikt är den ännu svårare att flytta till internet.

Nästa lämpliga mättillfälle är november 2007 när huvuddelen av boksluten per 30/4 ska vara inlämnade. Då kan vi förvänta ett tydligare utslag av förändrade andelar för försäljningskanalerna. Digitaliseringseffekterna ligger längre bort i tiden och kommer inte att vara synliga förrän om flera år.

Slutsatser

- Bokmomseffekten finns kvar. Bokförsäljningen fortsätter att öka i snabbare takt än priserna.
- Strukturuomvandlingen pågår och kan på sikt förbättra bokhandelns situation.
- Internetbokhandeln fortsätter att öka och ta försäljning från den fysiska bokhandeln.

INTERNETBOKHANDELN

av P. Jonas Sjögren

Internethandeln växer så det knakar. Tack vare brett utbud, aggressiv prissättning, förfinad kundservice och effektiv direktmarknadsföring har internetbokhandeln exploderat. Kan bokhandeln överleva i denna konkurrens?

Det är vedertagen kunskap i bokbranschen att av 30 % av titlarna i en vanlig bokhandel säljs under ett år inte ett enda exemplar. Ändå medför dessa osålda titlar kostnader, eftersom de tar utrymme, binder kapital, är utsatta för svinn och så vidare. Dessutom tar de resurser både i samband med beställning, inleverans och till slut när de ska reas eller returneras. En bred lagerhållning är alltså kostsam i en fysisk bokhandel.

Internethandelns villkor ser helt annorlunda ut. Deras utbud består av uppgifter i en databas, där marginalkostnaden för att lägga till ytterligare en titel är försumbar. Internethandeln kan därför erbjuda ett långt större utbud än en vanlig bokhandel och ändå undgå kostnaderna som är förknippade med lagerhållning. En typisk svensk bokhandel lagerhåller inte mer än cirka 10 000 titlar, de riktigt välsorterade några tiotusental, och Sveriges största bokhandel, Akademibokhandeln i centrala Stockholm, uppemot 100 000. Det är ändå bara en bråkdel jämfört med Adlibris och Bokus, vars databaser innehåller två till fyra miljoner titlar.

Sannolikheten för att kunden ska hitta just den bok hon eller han söker är alltså avsevärt mycket större hos internetbokhandlarna. Det breda utbudet medför också en stor efterfrågan, och näthandlarna säljer också minst ett exemplar per år av många olika titlar. För Adlibris del handlade det 2006 om 230 000 titlar och för Bokus om 160 000.

Återigen – eftersom det breda utbudet medför väldigt låga kostnader, och böckerna inte beställs från förlagen förrän det finns en kundorder, är bidraget i det närmaste lika stort för den sista som för den första titel internetbokhandlaren säljer.

Den långa svansen och det stora utbudet

De revolutionerande villkoren, som gäller för handel över internet jämfört med traditionell handel, är väl beskrivet av den amerikanska journalisten Chis Anderson. Han har också myntat begreppet *the long tail*, den långa svansen, och han pekar på hur försäljningen av de många, udda titlarna, blir allt viktigare jämfört med försäljningen av de fåtal titlar som säljer i riktigt stort antal. Hos Adlibris svarar de 1000 titlar som säljer bäst för mindre än 25 % av den totala omsättningen, enligt företagets VD Magnus Dimert.

Ny produktionsteknik gör det möjligt att få ekonomi i utgivning av fler böcker i mindre upplagor. Anderson talar om en demokratisering av produktionsprocessen.

Den långa svansen är ändå bara ett av skälen till internethandelns dramatiska expansion under 2000-talet. Ökningstakten har legat på 50–80 % om året sedan 2000, och enligt internethandlarna själva ser tillväxten ut att hålla i sig under 2007. Det kommer att leda till att bokförsäljningen över internet i år passerar en miljard kronor.

Adlibris (med Bonniers som huvudägare) och Bokus (ägt av KF, liksom Norstedts och Akademibokhandeln), med en omsättning 2006 på 470 respektive 330 miljoner kronor dominerar stort på den svenska marknaden. Men den långa svansen finns även på handlarnivå. CDON, ett MTG-ägt företag som började med att sälja musik, har efter hand lagt till både film, spel och böcker och är störst av boksäljarna i divisionen under de två stora, med en uppskattad omsättning från böcker på cirka 40 miljoner kronor. Där finns också Internetbokhandeln (nyligen förvärvat av samma stiftelse som äger Natur & Kultur) som sålde för drygt 20 miljoner kronor 2006. Lägg därtill åtminstone ett 50-tal sajter som på ett eller annat sätt rubricerar sig som bokhandlare.

Och det tar inte slut där. Av drygt sjuttio medlemsförlag i Svenska Förläggareföreningen, säljer fyrtiofem direkt till användare/läsare från sina hemsidor. Av övriga hänvisar och länkar fjorton förlag (inkl de flesta i Bonnier-gruppen, Norstedts och Forma) till internethandlarna. Leopard och Tre Böcker länkar till och med direkt till någon av de söktjänster som letar upp billigaste inköpsställe.

Amazon var en av de tidiga succéerna på internet, och många svenska bokköpare vande sig i slutet på 1990-talet snabbt att beställa böcker från USA och England. Denna import har efter hand minskat i betydelse, bland annat på grund av den sänkta svenska bokmomsen 2002, och de högre fraktkostnaderna jämfört med vad de svenska handlarna tar ut.

Och vidare: försök att hitta de statliga verk och myndigheter, eller organisationer av olika slag, som inte har en egen hemsida, från vilken det också går att beställa deras böcker och andra publikationer.

Många av dessa har naturligtvis inte någon stor försäljning på internet. Men det stora och växande antalet aktörer, gör att de sammantaget ändå bidrar till att ytterligare öka internets andel av den totala handeln med böcker.

Låga priser

Det finns naturligtvis flera skäl till varför internethandeln växer så starkt. Den långa svansen är som sagt bara en orsak. Den bör dock inte underskattas, för den bidrar till en marknadsutvidgning, det vill säga den gör det möjligt för kunderna att köpa böcker som de annars inte skulle ha hittat överhuvudtaget. Denna för-

säljning tar internethandlarna inte från någon annan, till skillnad från när de säljer säsongens storsäljare och de andra titlar som säljs även i bokhandeln och via andra kanaler.

Ända sedan de första näthandlarna dök upp i slutet på förra seklet (Adlibris och Bokus öppnade sina sajter samma vecka i slutet på augusti 1997) har priset varit ett viktigt konkurrensmedel. ”30 till 50 % lägre pris”, är lockrop som ingen kunnat undgå. Att det tekniskt kanske inte är helt sant gör mindre (internethandlarna har jämfört sina priser med bokhandelns normal kalkyl, inte vad bokhandeln faktiskt tagit betalt), kunderna har strömmat till i växande skaror.

När det gäller försäljningen av kursböcker till studenter vid universitet och högskolor, har det varit ett priskrig mellan Adlibris och Bokus. Studenter är ju en kundgrupp för vilka priset spelar mycket stor roll. Detta har bidragit till försäljningstapp för Akademibokhandeln med sitt nät av campusnära kursboksbutiker och för lokala, ofta kårägda, kursbokhandlar. Men enligt Johan Gunnars, försäljningschef på Bokus, har kriget på kursboksmarknaden också lett till en sådan prispress att det bidragit till en minskad illegal kopiering av kursböcker och en ökad försäljning räknat i antal exemplar.

Kundservice

Ett ytterligare faktor bakom internethandelns framgång har varit den höga servicegraden. Den har dels tagit sig uttryck i att internethandlarna efter hand har blivit duktigare på att vägleda sina kunder till rätt böcker och att komma med rekommendationer, dels i snabba leveranser. I en vanlig bokhandel kan personalen inte alltid känna till alla böcker, men näthandlaren kan ha databasen full med beskrivningar om sina. Näthandlaren kan också tala om för kunden vad andra som köpt en viss bok också köpt, och de kan till och med låta kunderna recensera och betygssätta. Chris Anderson påpekar att kontakten med andra bokköpare (även om det sker indirekt) är ett viktigt sätt för kunderna att orientera sig i den långa svansen.

De flesta bokhandlare erbjuder sig att beställa hem böcker som kunder efterfrågar men som inte finns i lager i butiken. För några år sedan var det inte ovanligt att det tog mer än en vecka när det gällde svenska böcker, och att kunden fick vänta i månader snarare än veckor på importerad litteratur. Internethandlarna levererar svenska böcker inom ett par dagar, och importerade inom en vecka.

För att åstadkomma detta har internethandlarna behövt trimma sina rutiner, men de har också ställt höga krav på sina leverantörer. Förlagen förväntas kunna skicka beställda böcker allra senast dagen efter att de fått ordern.

Direktreklam

Det ligger i näthandelns natur att säljaren kan samla många uppgifter om sina kunder. Inte bara var de bor och vad de handlat, utan också när de brukar handla, vilka sorts erbjudanden som lockar till köp, och till och med vad de letat efter i databasen utan att köpa. Allt detta kan utnyttjas i internethandlarens marknadsföring för att göra den mer effektiv. Dessutom kan alla kunder nås via e-post, vilket gör kontaktkostnaden utomordentligt låg. Detta möjliggör både flitigt utsändande av allmänna nyhetsbrev, som kan skickas till många kunder på en gång, och de små, mer specialiserade klubbar, som Adlibris dragit igång.

Det går dessutom kvickt och enkelt för mottagaren att beställa böcker från dessa utskick.

Bibliotek och företag

En del av Bokus stora redovisade försäljningsökning 2006 berodde på att man tagit över mycket av systerföretaget Akademibokhandelns försäljning till bibliotek och företag. Men Bokus hade redan tidigare, liksom Adlibris, varit aktiva anbudsgivare för att bli antagna som leverantörer till landets bibliotek. För Adlibris svarar den här typen av kunder för cirka 25 % av omsättningen. Bokus vill inte uppge någon siffra (det finns inga skäl att tro att den avviker stort från Adlibris) och CDON bryr sig inte om detta marknadssegment. Magnus Dimert, VD på Adlibris, anser dock att tillväxtpotentialen hos stat och kommun är begränsad, jämfört med företag och privatkunder.

Akademibokhandeln, som alltså fått överlåta sin internetförsäljning till Bokus (via kedjans hemsida har det bara gått att beställa böcker för avhämtning i butik) har aviserat att de avser att utvidga sin internetservice. Exakt vad detta innebär vill VD Gunnar Ahlström inte avslöja, men det verkar rimligt att anta att det kommer att innebära att kunderna får tillgång till en innehållsrikare databas (med vad Gunnar Ahlström kallar "en genomtänkt bredd"), och att servicegraden när det gäller kundernas möjligheter att beställa och få leverans kommer att öka. Ska detta vara meningsfullt borde det också innebära en pris-differentiering jämfört med butikerna, för att på allvar kunna konkurrera med Adlibris och andra. Om det för med sig ett försök att återta de institutionella kunderna återstår att se.

Svenska böcker går bäst

Förutom ett brett utbud av svenska böcker har de stora näthandlarna i sina databaser också böcker på engelska, från både USA och England, och på övriga nordiska språk, samt tyska, franska och italienska. Det är emellertid svenska

böcker som svarar för det mesta av försäljningen, två tredjedelar hos Adlibris enligt Magnus Dimert. Av importen svarar fackböcker (inklusive kursböcker) för betydligt mer än 50%, medan den svenska försäljningen är mer jämt fördelad på skönlitteratur och fackböcker.

Företrädare för näthandelsföretagen ser inga hinder för att internethandeln ska kunna växa ytterligare, för att inom ett par år nå en marknadsandel på 25–30 %, eller mer, av detaljhandeln med böcker.

Hot mot bokhandeln?

Detta kan knappast ske utan att andra kanaler, inte minst bokhandeln, tappar marknadsandelar. Redan nu ökar betalningssvårigheterna för somliga bokhandlar, säger Göran Ahl, logistikansvarig på Akademibokhandeln, och vi kommer att få se en utslagning de närmaste åren. Bokhandelns vikande lönsamhet, presenterad på annan plats i denna skrift, antyder också en sådan utveckling.

Detta borde kunna oroa förlagen, eftersom bokhandeln fortfarande är en viktig kanal, och med sina butiker i stadskärnor och externa köpcentra utgör de ett stort antal skyltfönster för böcker.

Bokhandeln själv förstärker faran genom att dra ned på bredden i sin lagerhållning och bara satsa på säkra kort, menar Dan Israel, VD på bokförlaget Leopard. Han pekar på att försäljningsupplagorna för debutanter minskar och att nya författare får det allt svårare att bli publicerade. Allt medan internethandlarna bidrar till ökad försäljning av förlagens backlist.

Även Anders Hemming, försäljningsdirektör på Norstedts förlagsgrupp, befarar att bokhandeln får det tuffare och att de ekonomiska problemen kan leda till nedläggningar.

– Förlagen är beroende av att det finns en fungerande och välmående bokhandel, men jag tror inte att det ska ske via subventioner från förlagshåll. Försäljnings- och leveransvillkor bör ses över så att man värderar sortimentsbredd och lagerhållning. Leveranssnabbhet kommer att vara en konkurrensfaktor framöver. Och våra leveransvillkor måste differentieras så att vi tar betalt för extra hög servicegrad och leveranser snabbare än vad vi idag anger som normalt, säger Anders Hemming.

Internethandlarna har ställt ökade krav på leveranssnabbhet, och distributörerna har utvecklat sin service, i stor utsträckning utan att internethandlarna hittills har behövt betala för denna förbättring.

Logistik är ett återkommande tema i alla samtal om internethandelns expansion och bokhandelns åtgärder för överlevnad. Johan Gunnars, Magnus Dimert och Mikael Olander på CDON hävdar alla att det alltid finns detaljer som kan finslipas och kostnader som kan skäras. Förbättrad logistik är inte bara att få snabbare leveranser från förlagen, det handlar om hela kedjan från beställning

tills boken når kunden eller står i bokhandelns hylla.

Bland bokhandlarna har Akademibokhandeln redan satt igång med att effektivisera hela förloppet genom till exempel central orderläggning och upppackning, prismärkning och fakturahantering på ett gemensamt ställe för alla butiker. Härmed frigörs personalen i butikerna till att arbeta med försäljning och andra kundkontakter. Hela butikskedjan arbetar inte på detta sätt än, men förändringsprocessen är igångsatt.

Bokia har efter några år som präglats av intern konsolidering, åter tagit upp kampen med Akademibokhandeln om nyetablering och butiksövertagande. Förvärvet av Wettergrens och samarbetet med Adlibris visar att Bokia vill flytta fram positionerna i den hårdnande konkurrensen.

Akademibokhandeln har som landets största kedja resurser och möjligheter att samtidigt rationalisera butiksarbetet och bli en nättaktör. Räcker det? Klarar frivilligkedjorna och de oberoende bokhandlarna att rationalisera och samtidigt odla sin egen särart för att möta konkurrensen från internethandlare som ständigt utvecklas och växer?

Svag lönsamhet på nätet

Internethandeln kämpar fortfarande med svag, eller ingen, lönsamhet. Med bruttovinster på mindre än hälften av vad den gängse bokhandeln har, knappt 20 % mot 40–45, ställs mycket stora krav på effektivitet för att få pengar över. Adlibris har visserligen visat positiva resultat i flera år, men nivån har gått upp och ner. CDON är lönsamt, men de vill inte offentliggöra siffror per produktområde. Internetbokhandeln redovisar förlust för 2006, liksom Bokus. Ett Bokus som har flera tunga förlustår bakom sig. Hur länge accepterar ägaren att vinsterna uteblir på grund av höga marknadsföringskostnader och en lägre omsättning per anställd än huvudkonkurrenten?

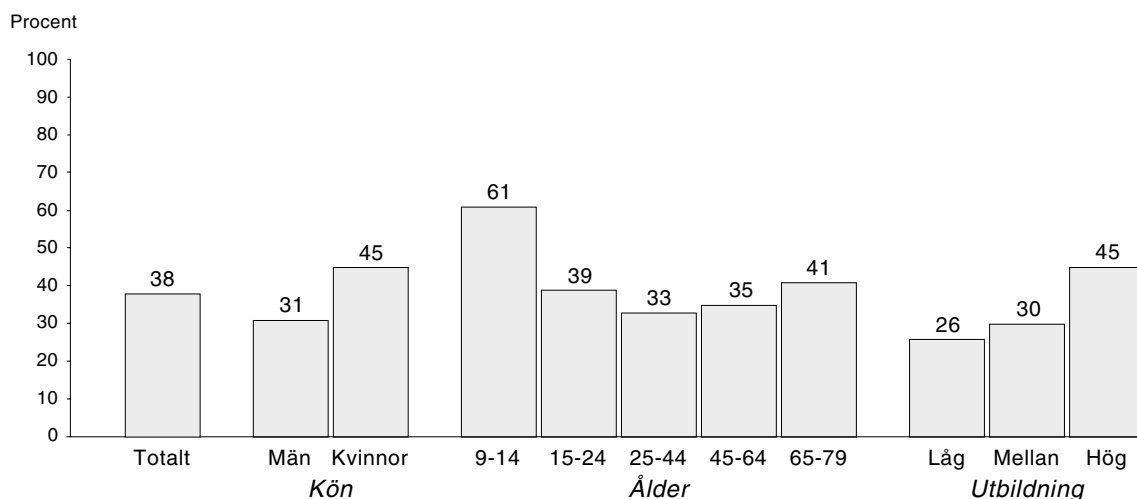
Den långa svansen borde kunna möjliggöra en lönsamhetshöjande prispolitik. Idag är internethandlarnas påslag ungefär detsamma för alla titlar. Det borde gå att ta mer betalt för den del av sortimentet där konkurrensen är mindre.

Vissa kunder är sannolikt mer villiga än andra att betala för snabba leveranser och annan förbättrad service. Tendensen till det syns redan, framhåller Mikael Olander, och Johan Gunnars säger att detta slags prisdifferentiering är något Bokus tittar på.

5. Läsning och utlåning

av Kristina Ahlinder

Talar man om bokmarknaden och konsumtionen av böcker måste även några ord sägas om vad som händer med böckerna sedan de köpts. Svenskarna är ett bokläsande folk. Även om vi möjligen inte ligger högst i alla internationella mätningar hör vi nog till de mest bokläsande folken i världen. Det är också den entydiga bild som olika undersökningar av svenskarnas läsvanor visar. Kulturbaren, Mediebarometern, ULF-undersökningarna, Barnbarometern och SOM-institutets undersökningar visar alla samma sak, trots att undersökningarna inte är helt lätta att jämföra bl a beroende på att intervjufrågorna är olika utformade.



År	Kön		Ålder					Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979 ¹	29	26	33	50	31	28	25	23	16	33	56
1981 ¹	29	26	33	51	36	28	24	19	16	34	46
1983 ¹	31	27	36	52	40	33	21	20	19	34	50
1985 ¹	31	27	35	54	43	31	21	18	17	35	48
1987 ¹	35	30	40	53	40	35	30	24	21	35	54
1989 ¹	31	25	38	46	35	33	2	25	19	33	44
1991 ¹	32	28	35	53	41	32	21	25	21	32	43
1993 ¹	31	26	37	51	37	31	25	26	20	28	46
1995	44	38	50	74	56	41	35	32	27	43	58
1997	38	31	43	63	47	37	32	29	22	35	52
1999	37	31	44	62	43	35	30	32	24	29	46
2001	38	33	43	62	45	37	31	36	23	33	47
2002	39	30	46	62	45	37	35	35	23	33	49
2003	35	27	42	55	40	32	33	28	19	30	45
2004	37	29	45	55	43	35	34	33	21	30	50
2005	38	32	44	59	39	34	37	37	25	30	49
2006 ²	38	31	45	61	39	33	35	41	26	30	45

Läsare 9–79 år en genomsnittlig dag 2006 (procent).

ANMÄRKNING: Med böcker avses såväl skön- och facklitteratur som barn/ungdoms- och läroböcker.
 NOT: 1. Fram till och med 1993 gällde frågan bokläsning i allmänhet, från och med 1994 har det i frågan angivits att även skolböcker och facklitteratur ingår. 2. I frågan om bokläsning gjordes 2006 ett förtydligande för att betona att även böcker man lyssnat till ingår.

KÄLLA: Nordicom, Mediebarometern, 2006

Som framgår av diagrammet har bokläsningen under många år varit mycket stabil och legat kring 38 % en genomsnittlig dag, det vill säga 38 % av befolkningen har läst i en bok en vanlig dag. De skiljelinjer som finns kan främst härledas till ålder och kön. Så har det varit under en lång tid. Unga läser mer än äldre – inte minst genom skolan – kvinnor läser mer än män.

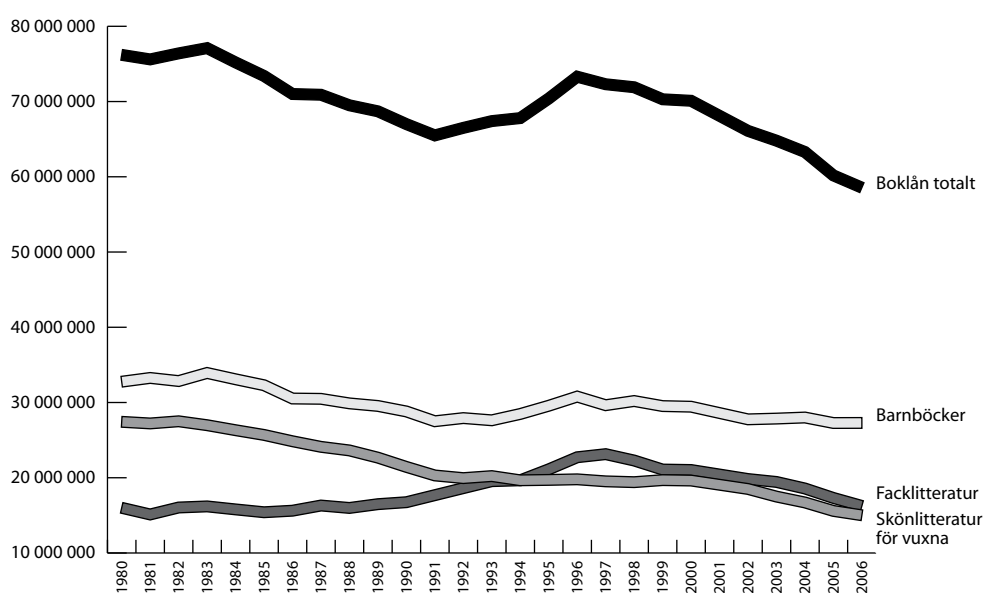
De verkliga högkonsumenterna är unga flickor, men även pojkar 9–17 år ligger över genomsnittet för bokläsning. Högutbildade läser mer än de med lägre utbildning och bokläsningen är också något mer utbredd i storstäderna än på landsbygden.

Med böcker avser Mediabarometern skönlitteratur, facklitteratur samt barn- och ungdomsböcker.

Sammanvägs samtliga fem läsvaneundersökningar, vilket Statens kulturråd gjort i rapporten ”Om läsning – mer eller mindre?”, visar det sig att mellan 80 och 90 % av svenska folket läst minst en bok under det senaste året.

Alla böcker som läses här i landet har inte läsarna köpt själva. Många har lånats på biblioteken. I Sverige finns 2 200 utlåningsställen, i landets alla kommuner, fördelade på huvudbibliotek, filialer, bokbussar och övriga.

Bibliotekens utlåning av böcker har minskat under senare år och statistik som nyligen publicerats av Kulturrådet visar att denna trend håller i sig. Sedan 1980 har antalet boklån sjunkit från 76,2 miljoner till 58,6 miljoner under ett år. Lejonparten av de utlånade böckerna är barnböcker, ca 46 %, medan skönlitteraturen står för den minsta andelen och också är den litteraturkategori som



Antal utlånade böcker 1980–2006.

KÄLLA: Statens kulturråd. Kulturen i siffror 2007/5.

utlåningsmässigt minskat mest sedan 1980. Detta har skett samtidigt som antalet invånare i Sverige ökat med nära en miljon.

Förmodligen spelar det faktum att böcker aldrig tidigare varit så lättillgängliga när det kommer till pris och fysisk tillgänglighet en inte obetydlig roll här. Säkerligen gäller det inte minst för skönlitteraturen. Samtidigt står det klart att bibliotekens öppettider genomsnittligt minskat till idag 23 timmar i veckan varav endast 2 timmar efter kl. 18.00, vilket förmodligen inte heller gynnar bokutlåningen.

Ytterligare en bidragande orsak till minskade lån är att antalet biblioteksfilialer minskat sedan 1990-talet. Antalet besök däremot har ökat och var under 2006 omkring 71 miljoner. Antalet lån var 7,7 per invånare 2006.

Bibliotekens nyförvärv har minskat sedan 1980-talet. År 2006 förvärvades knappt två miljoner böcker. En allt större del av bibliotekens inköp sker direkt i bokhandeln eller via internetbokhandeln. Bibliotekstjänsts andel av förlagens försäljning har minskat betydligt de senaste åren.