

POCKET BÖCKER

Historia – nutid – framtid

P Jonas Sjögren

Rapport från Svenska Bokhandlareföreningen och Svenska Förläggareföreningen

Pocketböcker

Historia – nutid – framtid

P. JONAS SJÖGREN

Rapport från Svenska Bokhandlareföreningen och Svenska Förläggareföreningen

Denna rapport är ett samarbetsprojekt mellan Svenska Bokhandlareföreningen och Svenska Förläggareföreningen

Rapporten kan beställas från:

Svenska Bokhandlareföreningen
Skeppargatan 27
114 52 STOCKHOLM
tfn 08-663 02 05
sbf@booksellers.se

Svenska Förläggareföreningen
Drottninggatan 97
113 60 STOCKHOLM
tfn 08-736 19 40
info@forlaggare.se

© Författaren och Svenska Bokhandlareföreningen och Svenska Förläggareföreningen
Redaktör Barbro Waldenström
Grafisk form Majbritt Hagdahl
Tryckt av Fingraf Tryckeri AB, Södertälje 2006
Stockholm mars 2006
ISBN 91-970326-9-7

INNEHÅLL

1. Inledning	5
<i>av Dag Klackenborg och Jonas Modig</i>	
2. Historik	6
<i>av P. Jonas Sjögren</i>	
3. Statistik	12
<i>av P. Jonas Sjögren</i>	
4. Pocketboken idag	14
<i>av P. Jonas Sjögren</i>	
5. Internationell utblick	17
<i>av P. Jonas Sjögren</i>	
6. Framtid	18
<i>av P. Jonas Sjögren</i>	
BILAGA	
Pocketprisvinnare 1999–2005	20

PRESENTATION AV FÖRFATTARNA

Dag Klackenborg ordförande, Svenska Bokhandlareföreningen

Jonas Modig ordförande, Svenska Förläggareföreningen

P. Jonas Sjögren verksam i mer än 25 år inom bokhandel och bokförlag,
tidigare Sverigeansvarig på bokus.com och nu produktchef
på Svensk Byggtjänst (förlaget)

1. Inledning

av Dag Klackenborg och Jonas Modig

Intresset för pocketböcker har länge varit livligt, inte minst i den mediebevakning som gärna vill försöka beskriva vart bokbranschen är på väg. I diskussionerna om hur den tryckta boken i framtiden skall kunna hävda sig mot de framväxande nya elektroniska medierna brukar den blomstrande pocketmarknaden kunna lyftas fram som exempel på förnyelse och vitalisering inom ramen för den traditionella tekniken.

Att pocketboken har en ganska lång och mångfasetterad historia bakom sig hindrar inte att den med jämna mellanrum kunnat återlanseras med höga anspråk på nyhetsvärde. Förklaringen är naturligtvis att pocketboken har så ojämförligt lockande möjligheter att nå ut till en stor krets, genom en kombination av satsning i den traditionella fackhandeln och etablering på nya marknadsplatser och därmed exponering för nya köpare.

Utformning och prisnivå har därför förblivit nycklar till framgången och grundkonceptet har visat sig hållbart. Att den enkla standardiserade formen och det låga priset är helt avgörande har bekräftats inte minst genom de försök till avvikelser som mer eller mindre konsekvent misslyckats. Förnyelse och utveckling har funnit sin form genom annan typ av marknadsföring, specialbutiker, omslagsdesign och – givetvis – titelval. Framgångarna har smittat av sig på hela branschen och varit inspirerande för många andra delar av verksamheten också.

Eftersom pocketböcker är billiga och brett tillgängliga har de också varit föremål för mycket intresse från kulturpolitisk synpunkt. Ibland har man från politiskt håll hävdat att alla böcker borde vara billiga och således ges ut i pocketversion från början. Erfarenheter av försök att satsa på originalutgivning i pocket i stor skala finns dock för alla som vill lära av begångna misstag. Att sådana tilltag leder till olyckliga spiraler med minskade upplagor och stigande priser är väl dokumenterat och fungerar som varnande exempel för de ansvariga beslutsfattarna inom branschen. Den svenska pocketbokens starka ställning idag vilar på förmågan att avhålla sig från frestelsen att överexploatera framgången och råka in i samma sorts kris som på 1960-talet.

Att det, trots det kulturpolitiska intresset, är en angelägenhet för branschen själv, utan insatser från

statens sida, är uppenbart. Det bekymmer för pocketböckerna som redovisades i 1968 års litteraturutredning ledde fram till den statligt specialstödda *En bok för alla* med uppgift att bryta ny mark på marknader där böcker annars inte fanns. Det är knappast kontroversiellt att konstatera att *En bok för alla*, som fortfarande finns och uppbär statligt stöd, spelar en ganska underordnad roll på marknaden. Det är den kommersiellt drivna pocketutgivningen, med det ledande förlaget Mån-pocket i spetsen, som helt dominerar fältet.

Allt som utvecklar och förnyar innebär också interna utmaningar och innefattar intresseavvägningar och diskussioner om hur andra delar av verksamheten påverkas. För såväl bokhandeln som förlagen finns alltid analyserna av vilka följder en framgångsrik pocketutgivning får för den dyrare originalutgivningen och hur försäljningen genom specialiserade kanaler antingen försvåras eller förstärks av pocketböckernas tillväxt.

Detta snarast bekräftar hur viktigt det är att vi inom branschen känner ansvar för att hålla informationen om pocketboken levande. Vi behöver kunskapen för att även i fortsättningen hantera utvecklingen framgångsrikt och för att upplysa omvärlden om varför den svenska pocketmarknaden har lyckats så mycket bättre än i många andra länder.

P. Jonas Sjögrens rapport syftar till att tillfredsställa denna ambition. Rapporten är beställd av Svenska Bokhandlareföreningen och Svenska Förläggareföreningen tillsammans, vilket kan ses som ytterligare en bekräftelse på att vi ser de viktiga frågorna i branschen som en gemensam angelägenhet för bokhandeln och förlagen.

2. Historik

av P. Jonas Sjögren

Vad är en pocketbok?

Pocketböcker karakteriseras av standardiserat format, mjuka pärmar, enkelt papper, limhäftning och lågt pris. Eftersom det normalt är fråga om återutgivning av tidigare framgångsrika verk, behöver inte pocketboken belastas med kostnader för översättning, sättning och andra fasta startkostnader. Dessutom har författarna kommit att acceptera en lägre royaltysats för denna återutgivning, vilket ytterligare bidrar till att hålla priset nere.

Sammantaget bidrar standardiseringen, kostnadsnivån som möjliggörs genom återutgivning och titelurvalet till att pocketböcker normalt kan säljas till låga priser, och därmed i avsevärt större upplagor än originalutgåvorna.

Billighetsböcker – en återkommande branschbubbla

Pocketbokens popularitet beror mycket på att den är billig. Billighetsböcker är emellertid inget nytt fenomen. Tvärtom. Framgångsrikt förläggande av billiga bokserier har förekommit flera gånger i bokbranschens moderna historia. Men det har alltid slutat med kris och nedgång.

Häftesspridning

Aftonbladets grundare Lars Johan Hierta var också bokförläggare och gav ut böcker i häftesserier, alltså ett tryckark eller två i taget, som kunde säljas till mycket lågt pris, och som utkom med någon veckas mellanrum. Förutom att öka försäljningen gjorde metoden det lättare att beräkna tryckupplagan. Häftesserier blev mycket populära och innehöll all möjlig slags litteratur: romantik och spänning, realism och samhällskritik. Det var inte bara skönlitteratur som publicerades på det här sättet, även fackböcker fick stor spridning.

25-öresböcker

I början på 1900-talet kom nästa verkliga billighetsboom. Det började med att Ljus förlag, under ledning av Henrik Koppel, 1904 började ge ut enkronasböcker.

er. Det var mindre än hälften av vad en roman normalt kostade på den tiden. Ljus gav ut en ny titel i veckan, av välkända svenska författare, och de fick snart efterföljare. Bonniers och det nystartade Åhlén & Åkerlund sålde på några år över en miljon enkronasböcker vardera.

Enkronasböckerna hade många likheter med dagens pocketböcker. De hade enhetligt (lågt) pris, det rörde sig främst om skönlitteratur, de hade uniformt utseende, och de såldes i stora upplagor genom flera kanaler.

Som Bo Peterson visat i sin bok *Välja & sälja*, bestod åren runt sekelskiftet 1900 en boks kostnader till över 60 procent av tryck och bindning. Det fanns alltså mycket pengar att tjäna för dem som lyckades pressa tryckkostnaden per exemplar.

1910 började Valter Hultin genom Nordiska Förlaget sälja 25-öresböcker. Det krävdes specialiserade tryckerier för att klara de stora volymer som blev följden av det låga priset. När en upplaga om 1 000 exemplar kostade 1:50 per styck att trycka, lyckades Nordiska Förlaget med upplagor över 30 000 komma ned i 13 öre styck. Förlaget gav ut underhållande och välskriven skönlitteratur, ofta översatt, till exempel Rudyard Kipling, Arthur Conan Doyle och Jules Verne. Utgivningen blev en stor succé, men efter ett par år tvingade den tilltagande konkurrensen förlaget att minska upplagorna, och 1913 såldes Nordiska Förlaget till Åhlén & Åkerlund.

Åhlén & Åkerlund var ett veckotidningsförlag, som också sålde julpublikationer, och som 1911 gav sig in på 25-öresböcker. Förlaget fick tillgång till bra författare genom att hyra förlagsrättigheter av Bonniers. 25-öresböckerna distribuerades som bilagor till Veckojournalen. Förlaget drog på sig en del kritik från bokhandelshåll. Kritiken minskade dock sedan Åhlén & Åkerlund gått med i Svenska Bokförläggareföreningen 1912. Efter köpet av Nordiska Förlaget började 25-öresböckerna säljas separat. Lågrprisprofilen övergavs under 1920-talet, och 1929 såldes företaget till Bonniers.

Ett ännu mer kortlivat förlag på billighetsmarknaden var Dahlbergs, startat 1913 och 1920 sålt till Bonniers. Dahlbergs gav ut stora mängder billiga, korta böcker skrivna av produktiva författare. Genom en

för tiden anmärkningsvärd händelse, värvades Gun- nar Serner (Frank Heller) från Bonniers. Efter första världskriget gick försäljningen ned, och Bonniers köpte först Dahlbergs lager och sedan bolaget. Lagret reades ut till närmare 70 procents rabatt.

B. Wahlströms förlag, startat 1911, hörde också till dem som hakade på 25-örestrenden. På drygt tio år gav de ut över 600 titlar, främst översättningar av roman- tik, äventyr och kriminalberättelser. Från början låg upplagorna på eller över 20 000 exemplar per titel. I början på 1920-talet sjönk upplagorna, priserna steg, och därmed brast 25-öresbubblan. B. Wahlströms hörde ändå till de förlag som överlevde, även om deras billighetsböcker blev dyrare efter 1922.

Arbetsplatsförsäljning

Under andra världskriget såg en ny serie enkronas- böcker dagens ljus. Det var Folket i Bild, en tidskrift som startats 1934, som i januari 1941 började ge ut kända författare i nyttgävor. Senare förekom också originalutgivning. Förlaget tvingades snart höja pri- serna, och seriebeteckningen blev FiB:s folkböcker. Utgivningen bestod av åtta eller nio nya titlar per år, först i upplagor om 20 000 exemplar, men de steg till närmare 60 000, i enkelt utförande och standardiserat format (pocketböcker?).

Förlaget hade intima band med fackföreningsrö- relsen, och böckerna såldes främst genom arbetsplats- ombud, men också i Pressbyrån och i bokhandeln.

Inspirerade av FiB:s framgångar startades Bon- niers Folkbibliotek. Man använde sig av samma för- säljningsmetoder men erbjöd bättre provision. Även KF, LT och Norstedts gav sig in i denna distributions- form genom Ving-förlaget.

FiB såldes till det av socialdemokraterna ägda Tiden redan 1947, och under 1950-talet rasade arbets- platsförsäljningen.

Som vi senare ska få se upprepades den beskriv- na händelseutvecklingen: innovation – inspiration – mättnad, åter när pocketutgivning i modern tapp- ning kom igång i slutet på 1950-talet.

Pulp fiction

Pulp fiction är för många människor idag kanske i första hand titeln på Quentin Tarantinos våldsamma film med bland andra Bruce Willis och John Travolta. Men titeln är tagen från den amerikanska beteckningen på massmarknadslitteratur, vars innehåll var mer spän- nande och våldsamt och lättuggat än litterärt. *Pulp* betyder pappersmassa, särskilt trähaltig, och är ett uttryck för den billiga produktionen.

Pulp fiction var aldrig lika viktigt för den svenska bokmarknaden som för den amerikanska. Här spreds den sortens enklare litteratur mer med veckotidningar och i magasinsformat. På det tidiga 1950-talet började dock en viss utgivning av massmarknadslitteratur i pocketboksformat.

Det var bland annat B. Wahlströms Manhattanserie, men också den danske förläggaren Kaj Winther, som grundade Wennerbergs förlag i Malmö för att sälja serier som Bill och Ben och Nick Carter. Försälj- ningen skedde genom Pressbyrån, tobakshandel och liknande. Upplagorna låg på över 30 000 exemplar per titel. Returerna var visserligen ofta så höga som 30 procent men det ingick i kalkylen.

– De böcker som kommit i retur kunde säljas som reapaket till dagligvaruhandeln, berättar Per Bengtsson, tidigare försäljningsansvarig på Wennerbergs, nu verksam hos Damm Förlag i Malmö.

Böckerna var författade efter en av förlagen fast- ställd mall, och skrevs ofta under pseudonym, av för- fattare som på det viset kunde skaffa sig möjlighet att skriva mer litterära böcker under eget namn.

Men serierna innehöll också översättningar, och i Wennerbergs Jaguar-serie utgavs titlar av Evan Hunter, mer känd som Ed McBain och utgiven på Norstedts.

Marknaden för denna svenska *pulp fiction* exis- terade under 1960- och 70-talen parallellt med den kvalitetspocketutgivning som såldes främst genom bokhandeln. Men den försvann enligt Per Bengtsson när videokassettutyrning och försäljning av lösgodis i stor skala visade sig ge bättre bidrag per kvadratme- ter än vad böckerna gjorde. Kvar blev dock det fram- gångsrika Harlequin, ett kanadensiskt förlag, som ger ut romantik i pocket, översatt och anpassad till de lokala marknaderna, och såld via ungefär samma kanaler som tidigare vildavästern-serierna.

Den moderna svenska pocketboken växer fram

Det engelska Penguin, med Allen Lane som initiativtagare, och det amerikanska Pocket Books, brukar kallas pocketbokens pionjärer. Båda hade startats på det sena 1930-talet och sålde snabbt stora volymer av både skönlitteratur och fackböcker. Det tog ytterligare två decennier innan pocketböcker med kvalitetsinnehåll blev verklighet i Sverige.

På 1950-talet var pocketböcker i Sverige lika med kiosklitteratur. Det amerikanerna kallar *pulp fiction*. Böcker tryckta på billigt, tråhaltigt papper, och sålda utanför bokhandeln, genom kiosker och tobakister. Det var enklare berättelser, kriminalhistorier, sjukhusromantik och vilda västern, i serier med namn som Bill och Ben, Nick Carter, Vita Serien, Mickey Spillane och Larry Kent. Bonniers hade en serie som kallades Zebra, som bland annat gav ut Ian Flemings böcker om agenten James Bond, flera år innan han blev filmhjärte över hela världen.

Mot slutet av 1950-talet lyckades Per I. Gedin övertyga Bonniers att satsa på tre populärvetenskapliga titlar i vad som skulle bli den omfattande Aldus-serien. De första titlarna var Eli Heckschers *Svenskt arbete och liv*, Margaret Meads *Kvinnligt, manligt, mänskligt* och Ivar Strahls *Makt och rätt*, som tidigare varit ett kompendium för juridikstudenter i Uppsala.

På våren 1960 blev Aldus ett eget pocketboksförlag, och då lanserades också Delfin-serien för att ge ut skönlitteratur i pocket. Bland de första titlarna märktes Lars Ahlins *Natt i marknadstältet*, André Gides *Pastoralsymfonin*, *Och solen har sin gång* av Ernest Hemingway, samt Pär Lagerkvists *Gäst hos verkligheten*, vilken snart hade sålt i över 100 000 exemplar.

Per I. Gedin berättar i *Förläggarliv* att urvalet var ytterst grannlaga, eftersom Bonniers Folkbibliotek och bokklubben Svalan fick välja vilka titlar de ville ha på sina listor, innan det var dags för pocketförläggaren att göra sitt val.

Pocketboken slår igenom

Bonniers nya pocketböcker var inte någon omedelbar succé. Bokhandeln var skeptisk och tyckte böckerna var för billiga. De behövde sälja fem, sex pocketböcker för att få in samma bidrag som från en originalbok.

Pressbyrån hade visserligen många försäljningsställen, men engagemanget i försäljningen var lågt, och returerna höga.

Hösten 1960 etablerades det nya pocketförlaget Prisma, ett dotterbolag till korrespondensinstitutet NKI-skolan. Redan första säsongen gav Prisma ut över tjugo titlar, främst översatta fackböcker.

Pocketutgivningen drog till sig intresse från både mediciner och läsare och försäljningen tog fart hos både Aldus och Prisma.

Snart var också Wahlström & Widstrand inne på pocketboksmarknaden med sin W&W-serie. Rabén & Sjögren, som börjat förstå att pocketmarknaden var intressant, var på väg att köpa Prisma, men Tidens förlag hann före. I stället startade Rabén & Sjögren Tema-serien tillsammans med LT:s förlag, Gleerups i Lund och senare även Liber.

Tema-serien var, i likhet med mycket annan pocketutgivning under 1960-talet, starkt präglad av de politiska vänstervindarna och det därmed sammanhängande intresset för tredje världen. Bland titlarna märktes C.H. Hermanssons *Monopol och storfinans*, *De 15 familjerna*, Basil Davidsons *Afrikas historia* och Mao Zedongs *Politiska skrifter*.

Pocketboksutgivningen – och försäljningen – växte snabbt, och även Norstedts startade 1967 sin egen serie, PAN, som på sex år gav ut 474 titlar. I PAN-serien återfanns naturligtvis Norstedts-författare som Jan Myrdal, Göran Palm och P.O. Enquist, men också nyupptäckta författare som Ed McBain (som redan tidigare hade utkommit på Hökerbergs förlag) och mediciner Marshall McLuhan. En bok som enligt förläggaren Lasse Bergström speciellt speglade tidsandan var Mats Holmbergs *Revolution med piroger och vin*, ett reportage från Salvador Allendes Chile, som utkom 1971.

Överutgivning och tillbakagång

Ungefär hälften av titlarna i PAN var originalutgåvor. Även andra förlag gav ut pocket i original, det vill säga utan att ”ta omvägen” via mera högrissatta originalutgåvor som kunde bära fasta kostnader.

Originalutgåvorna, den snabbt växande utgivningen, över 500 nya titlar om året, och det avtagande

intresset för politiska böcker, ledde till att pocketupplagorna sjönk och priserna steg. Från 1960 till 1969 steg genomsnittspriset på en pocketbok från 4:56 till 12:92, det vill säga med 183 procent, medan konsumentprisindex under samma tid steg med endast 39 procent. Följden blev en minskad försäljning och bantad utgivning. Från 1966 till 1976 sjönk förlagens pocketboks-försäljning med 24 procent, från 72 till 55 miljoner kronor (räknat i 1976 års priser). Pocketbubblan hade brustit.

En bok för alla

Den litteraturutredning som arbetade mellan 1968 och 1974 föreslog, bland mycket annat, att staten borde stötta en massmarknadsförsäljning av billig kvalitetslitteratur. Uppdraget gick till Stiftelsen Litteraturfrämjandet, som bland annat bestod av fackföreningsrörelsen, lantbrukskooperationen och konsumentkooperationen. Hösten 1975 lade Litteraturfrämjandet fram sin plan för hur det skulle organiseras, och riksdagen beslutade i enlighet med förslaget följande vår. Hösten 1976 kom de fem första titlarna i den nya pocketboksserien En bok för alla.

Från bokförläggarghåll var initiativet inte populärt. Förlagen tyckte att det var ett intrång i den fria marknaden, och att pocketutgivningen kunde de sköta själva.

En bok för alla blev emellertid snabbt populär bland bokköpare, och det låga priset, fem kronor, vilket möjliggjordes genom statligt stöd, bidrog till att de första titlarna såldes i upplagor om 50 000 exemplar. Priset har stigit, men fortfarande utgör En bok för alla ett lågprisalternativ, även på pocketboksmarknaden.

Sedan 1992 drivs En bok för alla inte längre av Litteraturfrämjandet, utan är ett aktiebolag som ägs av ABF, Studieförbundet Vuxenskolan, Föreningen Ordfront (som också äger Ordfronts förlag) och En bok för allas vänner. Utgivningen, som fortfarande har statligt stöd, har även kommit att innehålla annat än pocketböcker, till exempel barnböcker och en landskapsserie.

Mån-pocket

Trots framgångarna för En bok för alla efter 1976 måste den svenska pocketboksmarknaden inför 1980-talet beskrivas som krympt, stagnerad, odynamisk och öppen för nya initiativ. Den pocketboksutgivning som ändå förekom bestod i att somliga allmänutgivande förlag gav ut en liten del från sin egen lista i pocket.

Initiativet kom genom tre pocketboks-rävar: Per I. Gedin, som en gång i tiden startat Aldus och Delfin hos Bonniers och WW-serien sedan han blivit chef för Wahlström & Widstrand, Erik Hyllner, som efterträtt honom som Aldus-chef, och som i närmare tio år varit vd för det framgångsrika Månadens Bok, samt Gösta Åberg, som först var redaktionschef och sedan vd för Prisma.

Våren 1980 lanserade de Mån-pocket, en bifirma till Månadens Bok. Med pocketkrisen fortfarande i färskt minne pläderade de för pocketutgivning i kontrollerade former, med samarbete mellan förlagen. Månadens Bok var en lämplig katalysator eftersom klubben ägdes av Bonniers, Norstedts och Per Gedin.

Lanseringen skedde med böcker från de tre parterna: *Den mänskliga faktorn* av Graham Greene, *Barnens ö* av P.C. Jersild och *God som guld* av Joseph Heller. Snart var utgivningen uppe i sex nya titlar per månad, och idag kommer elva nya titlar månatligen.

Starten var en stor framgång, och försäljningen var i storleksordningen 50 000 exemplar per titel. Inom ett par år minskade ändå upplagestorleken, och det var backlistförsäljningen som höll upp intäkterna. De tre ägarna var snart igång med sina egna pocketserier.

Även produktionstekniskt var Mån-pocket något nytt. Böckerna trycktes hos Richard Clay i England. Man valde det standardiserade engelska pocketboksformatet, något sämre papper än tidigare i svenska pocketböcker, men bättre lim så att de skulle hålla bättre. Konceptet byggde på att en pocketbok inte skulle kosta mer än ett paket cigaretter. Det lyckades inte riktigt. Men femton kronor var ändå ett lågt pris, även om ett paket cigaretter bara kostade elva kronor.

Svenska tryckerier kunde inte garantera den kapacitet som behövdes för att hålla uppe nyhetsflödet och trycka fler upplagor av de mest framgångsrika titlarna. Produktionen flyttades till Norge, men det fungerade

inte bra, eftersom norrmännen arbetade med en fiberriktning på pappersarken som var annan än den svenska bokkonsumenterna är vana vid. Böckerna kom därför att stå och "gapa" i bokhyllan. Sedan flera år trycks Månocket, och många andra svenska böcker, hos Nørhaven i Danmark.

Men ibland kan även en välsmord produktionsmaskin göra misstag. Einar Engelbrektsson, sedan starten produktionsansvarig för Månocket och ansvarig för framställningen av mer än 3 000 pocketböcker, berättar att när Månocket beställde Isabel Allendes *Andarnas hus* och *En annan värld* av Jan Myrdal, tryckte tryckeriet av misstag 30 000 av *Andarnas hus* och 15 000 av Jan Myrdals bok i stället för tvärtom.

– Men jag pläderade för att Månocket skulle acceptera leveransen. Det visade sig vara bra. *Andarnas hus* fick tryckas om flera gånger, medan Myrdal-boken tog längre tid att sälja slut, säger Einar Engelbrektsson.

En del av affärsidén med Månocket var att det skulle vara återutgivning av titlar som redan funnits i mer högprissatta utgåvor. Två gånger har förlaget frångått den principen. Dels gällde det en novellsamling av Elizabeth George där hennes förläggare på Prisma ville testa en utgivningsidé som diskuterades, dels *Rent hus* av Louise Boije af Gennäs som Norstedts inte ville ge ut. Månockets styrelse gillade inte tilltaget, men böckerna sålde bra.

Månockets utgivning har sedan starten i allt väsentligt präglats av skönlitteratur, vilket dominerar utgivning på hela marknaden. I september 2005 lanserades Månocket Fakta med åtta nya titlar. Den fortsatta utgivningstakten är tänkt att vara tre nya titlar per månad. De områden som initialt är intressanta är psykologi, historia, biografier och barnuppfostran. Försäljningsförväntningarna ligger på 15 000–20 000 exemplar per titel.

Månocket har också gjort försök att ge ut barnböcker och klassiker, men ingetdera ledde till en försäljningsframgång som motiverade en fortsättning.

Andra pocketutgivare

Det kan också finnas anledning att här nämna ett par exempel på förlag vars utgivning på sin tid var betydande.

I början på 1970-talet bildades Delta Förlag av författaren och översättaren Sam J. Lundwall och den litterära agenten Gunnar Dahl. Förlaget gav på drygt tio år ut över tvåhundra titlar *science fiction*, en satsning på den genren som saknar motsvarighet i svensk förlagshistoria. Sam J. Lundwall fortsatte i början på 1990-talet viss utgivning på sitt eget förlag, och han har också varit verksam som skribent och utgivare av SF-tidskrifter.

Bokförlaget Forum startade redan i mitten på 1940-talet klassikerutgivning i Forumbiblioteket, som kom att innehålla allt från riktiga antika klassiker som Tacitus *Annaler*, via Cervantes *Don Quixote*, till moderna klassiker som Jerome K. Jeromes *Tre män i en båt* och Oscar Wilde. Böckerna gavs först ut både häftade och inbundna i pocketliknande format. Senare kom de också ut i pocket. Utgivningen upphörde i mitten på 1980-talet, och idag förekommer klassikerutgivning i mindre omfattning i till exempel Bonniers Delfinserie och i Natur och Kulturs klassikerserie.

Även bokförlaget Fabel, ägt och drivet av Sigvard Ohlsson, under många år säljare och marknadschef på Wahlström & Widstrand, gav ut klassiker, främst nordiska, samt böcker med mer skämtsamt innehåll som *Kokbok för kannibaler*.

Storocket

På 1980-talet arbetade vissa förlag intensivt med kartonnage-utgåvor. Det betyder böcker med hårda pärmar, men tryckta på sämre papper än originalupplagan och limhäftade (som pocketböcker), inte trådbundna.

Kartonnageutgåvorna var en utgivningsform som kunde generera försäljning mellan den inbundna upplagan och pocketutgivningen, både i tiden och prismässigt. Det var en utgivningsform som lämpade sig oerhört väl för försäljning i varuhus och på stormarknader. Böckerna påminde om inbundna, men kunde säljas till klart lägre priser.

De titlar som sålde bäst i kartonnage var vad som på sin tid kallades FNL-litteratur (flärd, njutning & lyx) eller litet mer vanvördigt tantsnusk. Författare som Jackie Collins och Danielle Steel var kartonnageerans drottningar. Även deckare, thrillers och under några år fantasy lämpade sig väl för kartonnageförsäljning.

De senaste tio åren har kartonnageförsäljningen minskat. Kanske för att pocketböckerna tagit en del av marknaden, men säkert också därför att FNL-litteraturen har backat, liksom försäljningen av fantasy på svenska. Förlagen har letat efter någon ny form att ta över kartonnagets plats, och 2004/2005 lanserades storpocket.

Storpocketböckerna är som namnet antyder större än vanliga pocket. Cirka 15 x 25 centimeter snarare än pocketbokens 11 x 18. För dessa har förlagen tänkt sig att kunderna ska vilja betala 100-130 kronor i handeln.

Hittills är det bara ett par förlag, bland andra Norstedts och Piratförlaget, som satsat på storpocket på allvar.

Norstedts och Piratförlaget är nöjda med den försäljning storpocket uppvisat, men det är fortfarande lite för tidigt att säga hur försäljningen av de vanliga pocketupplagorna påverkas.

3. Statistik

Den som intresserar sig för den svenska bokmarknaden och vill försöka beskriva dess utveckling stöter snabbt på ett komplicerande faktum: det finns ingen bra, heltäckande statistik över vare sig utgivning eller försäljning.

Som utgångspunkt får man använda den statistik som Svenska Förläggareföreningen tagit fram sedan början på 1970-talet. Denna statistik omfattar endast föreningens medlemmar, så den som vill ha en uppfattning om totalmarknaden får försöka skatta hur stor del av marknaden som medlemsförlagen står för. Föreningen brukar räkna med att dess medlemmar står för cirka 70 procent av totalmarknaden för böcker utgivna och sålda i Sverige. Är denna skattning tillämplig även på pocketböcker? Med tanke på att förlag som inte är medlemmar ofta ger ut sina böcker i pocket, och att stora aktörer som Harlequin och Bra Böcker står utanför, verkar det rimligt att anta att Förläggareföreningen svarar för en mindre del av pocketmarknaden än av totalmarknaden för böcker i Sverige. Hur mycket mindre är naturligtvis svårt att gissa. Det ligger ju i mörkertals natur att de är okända. Dessutom torde de stora förlagen, som är medlemmar, sälja mer per titel än vad många småförlag kan åstadkomma.

Låt oss därför anta att Förläggareföreningens

medlemmar svarar för drygt hälften av utgivningen av pocketböcker i Sverige, och att detta utgör omkring 60 procent av den totala försäljningen av pocketböcker.

Diagram 1 visar att Förläggareföreningens medlemmar 2004 gav ut 580 nya titlar i pocket. Siffrorna visar också att skönlitteratur med 423 titlar svarar för över 70 procent av denna utgivning. Diagrammet visar också att utgivningen av pockettitlar mer än fördubblats under en tioårsperiod.

Antagandet ovan om totalmarknaden pekar alltså mot att det 2004 kom ut över 1 000 pockettitlar i Sverige.

Den totala försäljning av pocketböcker var 2004 bland Förläggareföreningens medlemmar 220 miljoner kronor, enligt Diagram 2. Det innebär en viss nedgång jämfört med 2003, men en explosion jämfört med 1994, då försäljningen endast var 53 miljoner kronor. Den verkliga ökningen började 1997, och 2003 var toppåret.

Om detta verkligen är ungefär 60 procent av totalmarknaden, skulle den alltså ha varit över 370 miljoner kronor 2003. Eftersom pocketböcker har bra marginal, 50 procent eller mer i detaljhandeln, innebär det en pocketboks-försäljning räknat i konsumentledet på omkring 750 miljoner kronor.

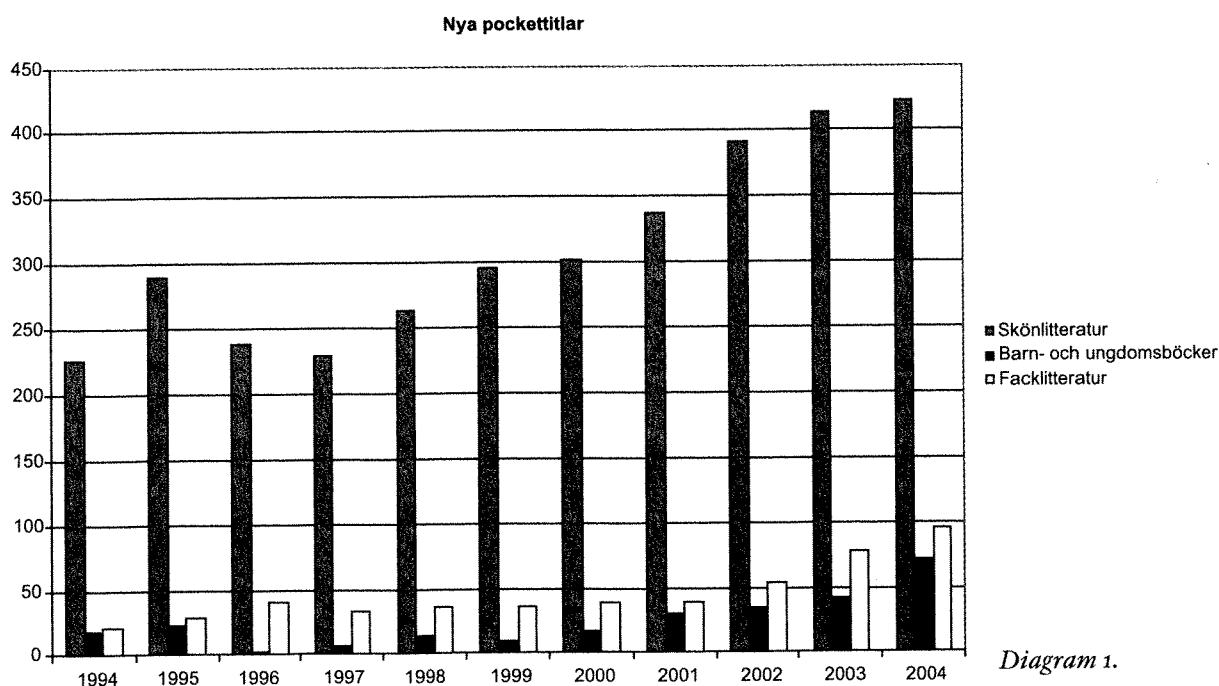


Diagram 1.

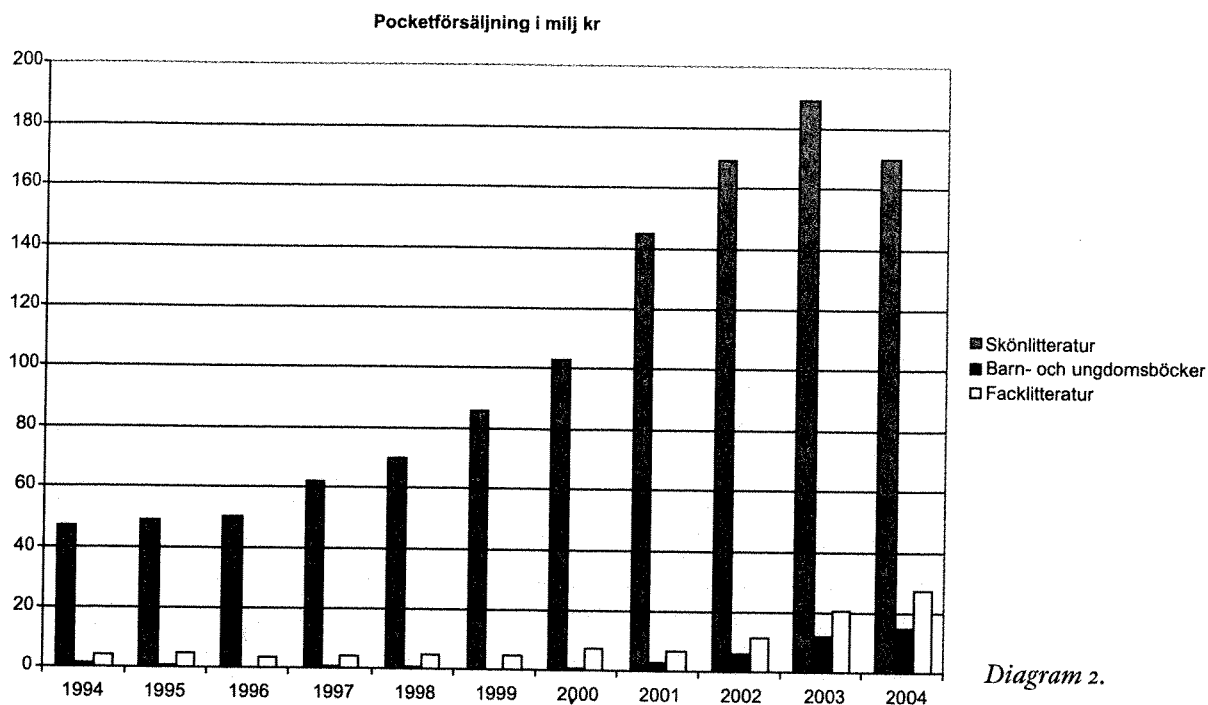


Diagram 2.

Diagram 3 visar att Förläggareföreningens försäljning av pocketböcker, räknat i antal exemplar, var drygt 6 miljoner 2003. Det indikerar att den totala försäljningen av pocketböcker det året skulle ha varit cirka 10 miljoner.

Enligt en beräkning utförd av tidningen Svensk Bokhandel trycks det cirka 15 miljoner exemplar av pocketböcker för den svenska marknaden. Om bådas våra antaganden är någorlunda riktiga är det alltså många tryckta pocketböcker som aldrig blir sålda.

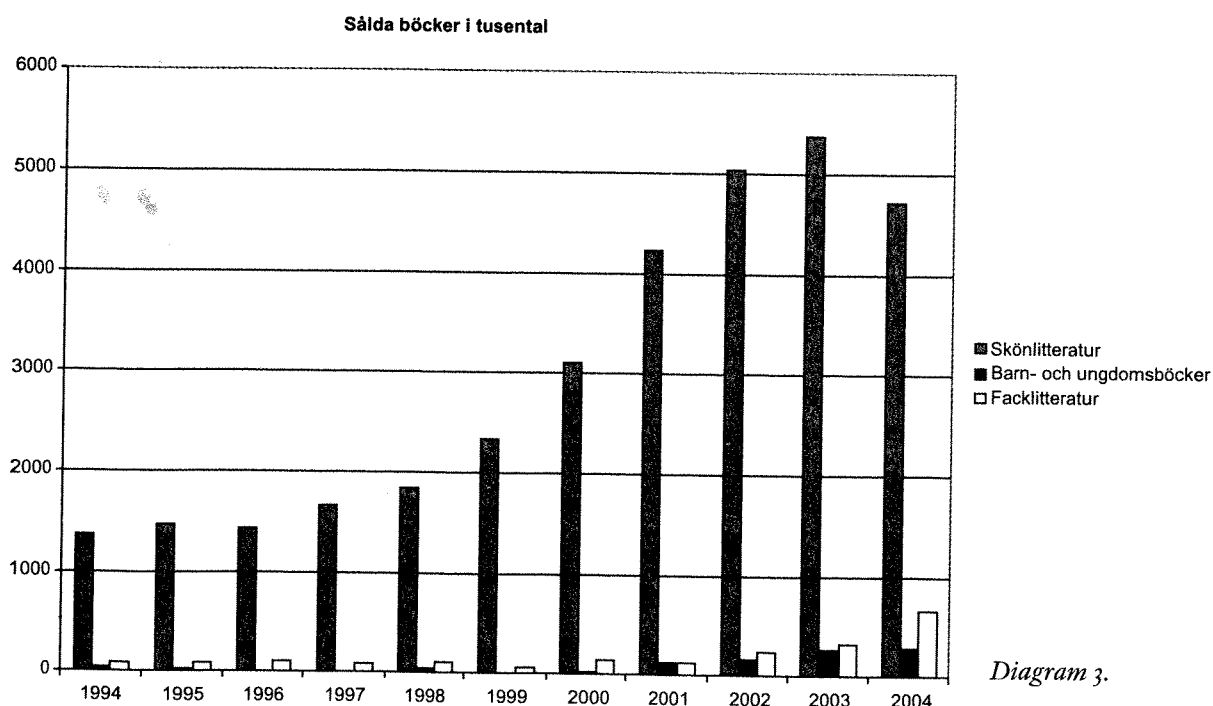


Diagram 3.

4. Pocketboken idag

Under 2003 såldes det över 10 miljoner exemplar pocketböcker utgivna i Sverige. Därtill kommer någon miljon exemplar pocketböcker på engelska, och ytterligare en okänd mängd på andra språk (tyska, franska, spanska, övriga nordiska språk, de större invandrar-språken etc.). Det innebär att försäljningen ökat cirka tre till fyra gånger på åtta år. Hur ska man förklara den närmast explosionsartade ökning som ägde rum under 1990-talets senare hälft och ett par år in på 2000-talet, men som nu tycks ha planat ut?

Efter den injektion för pocketboks-försäljningen som startandet av Mån-pocket 1980 innebar under 1980-talet visade pocketmarknaden tecken på stagnation under det tidiga 1990-talet. För förlagen var kartonnageutgivningen en viktigare källa till reprintinkomster. Bokhandeln var ganska ljum till de billiga pocketböckerna, och trodde att de skulle stjäla försäljning från högre prissatta utgåvor. Pressbyrån var inaktiv och erbjöd ett föråldrat sortiment.

Pocketupplagorna kom först ett och ett halvt à två år efter originalutgåvan. Titelurvalet var ganska slentrianmässigt, böcker som hade sålts bra i inbundna originalutgåvor antogs kunna bli succéer även i pocket. Utvecklingen när det gällde omslagsdesign och marknadsföring var liten och distributionsformerna utvecklade. Antalet sålda exemplar per titel var i genomsnitt 5 000-7 000.

Inom loppet av några få år hände flera saker som starkt kom att påverka pocketboks-försäljningens utveckling.

Nya distributionsformer

1989 öppnade Pocket Shop sin första butik, på Centralen i Stockholm. Tack vare ett förändrat synsätt inom SJ bröts Pressbyråns monopolställning på järnvägsstationerna. Stockholms Central följdes av fler. För att förenkla logistiken för butikerna startade Mathias Engdahl, Pocket Shops grundare, Pocketgrossisten.

- Det var inte en del av en masterplan, snarare en olyckshändelse i frustration, säger Mathias Engdahl idag. Pocketgrossisten sålde han 1999, för att koncentrera sig på detaljhandel.

Även om etableringen inte var del av en långsiktig plan betydde Pocketgrossisten mycket för pocketboks-

distributionen. Presam hade slutat distribuera pocketböcker då returerna var för höga och andra sortiment gav bättre intäkter i kiosker och hos tobakshandlare. Deras bokutbud hade bestått främst av populärpocket, som tappat i attraktion. Det fanns alltså ett sug hos Presams kunder att fylla hyllorna med andra pocketböcker. Det gjorde Pocketgrossisten. De la om distributionen, erbjöd attraktivare kvalitetspockettitlar, och de erbjöd handlarna radikalt bättre marginal.

Pocket Shop hade alltså gjort järnvägsstationer och flygplatser till framgångsrika pocketboks-försäljningsställen. Pocketgrossisten försåg kiosker, tobakshandlare, bensinmackar och andra med pocketböcker.

1999 fick Pocketgrossisten konkurrens av Pocketstället, vars affärsidé är att distribuera pocketböcker till dagligvaruhandeln. Pocketstället ägs av Staffan Månsson och Johan Ramström.

En effektiviserad distribution av kvalitetspocket, till tusentals försäljningsställen, har varit helt avgörande för den kraftigt ökade pocketboks-försäljningen.

Mån-pocket

I Mån-pockets styrelse fattades 1995 ett par viktiga beslut. En förläggare anställdes för att ansvara för urval, utgivning och marknadsföring. Tidigare hade den rollen fyllts som en "sidosysselsättning" av Månadens Boks ledning tillsammans med Forums marknadsavdelning. Licensavgiftssystemet ändrades, så att ersättningen per sålt exemplar till originalutgåvans förlag blev högre ju bättre försäljningen gick. Detta bidrog till att förlagen blev mer villiga än tidigare att sälja pocketboks-rättigheterna till Mån-pocket och mindre benägna att ge ut pocketupplagorna själva. Alldeles nyligen har Mån-pocket beslutat höja royaltysatsen för titlar som säljer i särskilt stora upplagor.

Den nye förläggaren, Jonas Axelsson, valde nya titlar till Mån-pocket mer omsorgsfullt, och med tydligare sikte på vilka titlar som verkligen hade stor försäljningspotential i pocketutgåva. Han engagerade också nya omslagsframställare för att åstadkomma mer varierade och säljande omslag. Dessutom var han snabbare att köpa pocket-rättigheterna, så att pocketupplagan kunde komma inom ett år efter original-

utgåvan, ibland redan våren efter en höstutgivning. Nya titlar marknadsfördes aktivare än tidigare, bland annat genom återkommande annonser på förstasidan till DN:s kulturdel.

Förutom att dessa åtgärder bidrog till ökad försäljning, stärkte de också MånpoCKETs ställning i bokbranschen.

– Vi blev en mer jämbördig spelare med förlagen, säger Johan Strid, förläggare på MånpoCKET sedan 1999. Många förlag ser pocketutgivningen som en restprodukt, gamla böcker, men hos oss är pocketboken en ny bok.

Andra förlag

MånpoCKETs framgångar bidrog till att andra förlag började arbeta mer aktivt med sina egna pocketlistor. För ägarförlagen innebar det en balansgång. Samtidigt som det gällde att hålla den egna utgivningen attraktiv och säljande, var det viktigt att det gick fortsatt bra för MånpoCKET.

– MånpoCKET är lokomotivet, det är viktigt för alla inblandade att det går bra för dem, säger Bernt Meissner, tidigare marknadschef på Albert Bonniers förlag, och sedan hösten 2005 på Wahlström & Widstrand.

Bra Böcker, som tidigare mest sålt inbundna böcker och kartonnage genom sina bokklubbar, utvecklade sin pocketutgivning och sin bearbetning av olika säljkanaler.

Piratförlaget, som startades så sent som 1999, av bland andra Jan Guillou och Liza Marklund, har sålt jätteupplagor i pocket av sina stora författare, till exempel Leif G.W. Persson, och den norska deckarförfattaren Anne Holt. 2002 lanserades i Norden Bazar förlag för att, främst i pocket i alla de nordiska länderna, sälja Paolo Coelho's *Alkemisten*. Framgångarna med Coelho har följts av fler titlar och breddad utgivning. 1990-talsförlag som Boströms och Minotaur (båda förvärvade av Forum) hade också en stor del av sin försäljning i pocket.

Topplistor och gala

1997 började tidningen Expressen publicera månatliga bäst-säljarlistor för pocketböcker. Dessa listor lästes inte bara av tidningens läsare, utan distribuerades av Pocketgrossisten och anslogs på många försäljningsställen. Detta bidrog till en medial bevakning av pocketböcker som inte förekommit tidigare.

Den mediala bevakningen har fortsatt genom Aftonbladets uppslag varje söndag, med reportage om författare och böcker, samt bästsäljarlistor och pockettips.

För att ytterligare förstärka intresset för pocketböcker, inte minst i medierna, startades 1999 Guldpocket, på initiativ av Pocket Shop, MånpoCKET och Pan (Norstedts), som premierar de författare vars böcker sålt bäst under föregående år. Pocketpriset delas ut i följande litteraturkategorier: Roman, Deckare, Fackbok, Ungdomsbok, Klassiker, Översatt bok alla kategorier samt Pocketpris special. För att vinna Platina ska en bok ha sålt 100 000 exemplar på ett år, för Guld minst 50 000 och Silver över 30 000. Det ursprungliga bronspriset har försvunnit. Medan skivbranschen devalverat sina priser, sänkt gränserna för vad som kallas guldskiva, har Guldpocket gått åt andra hållet.

Pocketpartyt har blivit en etablerad årlig festsammankomst, som lyfter fram författare, varav många inte förekommer så flitigt i andra bokprissammanhang. Samtliga vinnare presenteras i en separat bilaga.

Effektivare detaljhandel

Pocket Shops framgång beror inte bara på att deras butiker ligger på platser där flödet av potentiella kunder är stort. Andra framgångsfaktorer är att arbeta med noggrant urval av titlar som bedöms ha hög säljpotential; att osentimentalt plocka bort titlar som rör sig långsamt; att exponera böckernas framsidor i hyllorna (minst 50 procent av det kunden ser ska vara framsidor); att ha kampanjer och aktiviteter i butikerna; att arbeta konsekvent med indelningen av sortimentet i Romaner, Spänning, Fakta.

Andra detaljister som anammat detta arbetssätt har också sett sin pocketboks-försäljning snabbt öka.

Enligt Magnus Wirström, vd på Pocketgrossisten, består deras verksamhet inte bara av att leverera böcker till återförsäljare, utan också i att hjälpa dem att bli effektivare och att hitta annat lämpligt sortimentsinnehåll, till exempel inbundna böcker, data-spel och film. När pocketboks-försäljningen stagnerar växer serviceinnehållet i Pocketgrossistens åtagande mot sina kunder. I början av 2006 har Pocketgrossisten inlett ett samarbete med Samdistribution, Bonnierförlagens distributör, som bland annat innebär att Pocketgrossistens lager flyttas över till Samdistribution.

På Pocket Shops initiativ är alla pocketböcker sedan 1996 indelade i sex prisklasser, A till F. Detta underlättar butiksarbetet eftersom det inte behövs någon prismärkning, bara några skyltar i butiken som upplyser vad koderna står för. Det har också bidragit till att hålla tillbaka prisökningar på pocketböcker.

När det sammanlagt sålts mer pocketböcker än någonsin tidigare har snittupplagorna ökat. Förr, det vill säga fram till mitten av 1990-talet, var det ytterst få pockettitlar som såldes i mer än 100 000 exemplar. Sedan några år när åtminstone en handfull titlar den nivån varje år, och både 200 000 och 300 000 förekommer också. Månpockets all time high är Mikael Niemis *Populärmusik från Vittula*, som sålts i över en halv miljon exemplar. Sedan något år är emellertid tendensen att snittupplagorna sjunker, även om de största bästsäljarna fortfarande går åt i jätteupplagor.

Pocketförsäljningen har genom bästsäljarfokusering, mediebevakning och fler men mindre försäljningsställen blivit mer nyhetsorienterad. Backlistförsäljningen blir relativt sett mindre. Ändå finns det böcker som fortsätter sälja år efter år, som Paul Austers New York-trilogi, och *Lifarens guide till galaxen* av Douglas Adams. Den senare kommer också i nytryck till bokrean vart och vartannat år.

Även författare som Jan Guillou och Liza Marklund får se backlisttitlar i pocket sälja bra. Men deras status som storsäljande stjärnor har medfört att originalupplagorna säljer allt bättre, vilket haft en negativ effekt på försäljningen av pocketupplagorna, enligt Piratförlagets vd Ann-Marie Skarp.

Pocket på engelska

Pocketböcker på engelska säljs idag på fler ställen än någonsin i Sverige, och försäljningen ökar.

– Försäljningen av pocket på engelska ökar snabbare än försäljningen av svenska böcker, säger Magnus Wirström, vd för Pocketgrossisten.

Enligt branschtidningen Svensk Bokhandel såldes det över en miljon pocketböcker på engelska i Sverige 2004. Det stämmer bra med Pocketgrossistens uppfattning att böcker på engelska svarar för över 10 procent av pocketboks-försäljningen. Räknat i antal böcker. I värde blir det närmare 20 procent, eftersom de engelska och amerikanska böckerna är dyrare än de svenska.

Den här utvecklingen är något som bör oroa svenska förläggare. De böcker som säljer bäst i engelsk pocket är också de som säljer bra i svensk översättning, till exempel Dan Browns *Da Vinci-koden*.

5. Internationell utblick

På den danska bokmarknaden spelar pocketboken en mycket liten roll. Orsaken till det är bland annat att den första riktigt stora satsningen på pocketutgivning (med superpocket från Gyldendal) under 2001 och 2002 innehöll alldeles för många gamla titlar. Det vill säga de hade redan funnits länge på bokmarknaden i form av original i bokhandeln och i bokklubbarna och som kartonnage under en längre tid. När så boken äntligen kom i pocketutgåva hade konsumenternas intresse för titeln i fråga svalnat rejält. Försök med mer omfattande utgivning av pocketböcker har alltså gjorts men misslyckats och de flesta boktitlarna kommer nu aldrig ut i någon annan form än i originalutgåva.

Många förlag håller hårt fast vid den traditionella livscykeln för böcker: originalutgåva, efter sex månader en bokklubsutgåva, därefter kartonnage, sedan så kallad paperback (ett större format än pocket) och först därefter eventuellt en pocketutgåva. Och Gyldendals har numera helt slutat ge ut titlar i pocketformat. Flera aktörer efterlyser ett säljlokomotiv liknande svenska Månpocket och önskar att branschen kunde gå samman och starta något liknande. Men något initiativ i den riktningen har ännu inte tagits.

I Finland ser det annorlunda ut. Där växer pocketboksmarknaden stadigt. De fyra stora förlagen Tammi, WSOY, Otava och Gummerus har tillsammans startat pocketboks-förlaget Loisto enligt svenskt Månpocket-mönster. Loisto ger numera ut ett hundratal nya titlar per år och ett antal specialbutiker för pocketböcker har etablerats i Helsingfors. Man upprättat topplistor över försäljningen och priset på böckerna ligger på cirka en tredjedel av originalutgåvan. Precis som i Sverige är den finska bokmarknaden avreglerad med helt fri prissättning på böcker.

I Norge kan man numera notera ett stort intresse för pocketböcker. Förlagen gör stora satsningar, antalet titlar har ökat markant liksom snabbheten i utgivningen. I Oslo finns numera flera specialbutiker för pocketböcker, Ark Pocket. Norge är det land i Norden vars pocketboksmarknad kanske mest liknar den svenska, trots att den är mer reglerad. Pocketböckerna är emellertid inte lika lågt prissatta som i Sverige

Vid en jämförelse med England kan noteras att pocketboken inte alls är lika betydelsefull för förlagen där som här i Sverige. Pocketboken säljs på samma sätt

som inbundna böcker, inga specialbutiker finns. Det pågår dock ett aktivt experimenterande med olika format och prisnivåer. Originalutgåvor av skönlitteratur för 10 GBP i stället för 17.99 GBP som varit ett vanligt pris, har visat sig väldigt framgångsrikt, liksom inbundna böcker i mindre format för 9.99 GBP, framställda främst för julhandeln. Den engelska försäljningen av inbunden skönlitteratur har haft det motigt i flera år, och somliga förlag ger idag ut romaner direkt i vad vi kallar storpocket.

För engelska förlag är traditionellt exporten viktig, och förväntade bestsellers ges ut i speciella exportutgåvor, pocketupplagor som kommer före pocketutgivningen för hemmamarknaden. Under 2004 ökade den totala försäljningen av både skön- och facklitteratur i pocket med över 8 procent jämfört med året innan.

I Tyskland kommer normalt en pocketbok ut sex till tolv månader efter originalutgåvan. Där finns precis som i Sverige speciella pocketaffärer, alltså butiker som bara säljer pocketböcker.

Som tidningen Svensk Bokhandel tidigare redovisat har pocketboken haft problem i USA under de första åren i det nya årtusendet.

Försäljningen har stagnerat, flera butikskedjor har lagts ned, 40-talisterna – stora pocketkonsumenter – har blivit äldre och behöver böcker med större text. Den ökade titelbredden har medfört sjunkande snittupplagor och kortare livslängd.

Detta har bland annat lett till en ökad utgivning av ”trade paperbacks”, storpocket skulle vi säga. Penguin och Simon & Schuster har också testat andra format. Kampanjer och prissänkningar är andra inslag i försöken att blåsa liv i pocketförsäljningen.

Pocketutgivningen i USA kompliceras något jämfört med Sverige, eftersom pocketupplagorna ofta är inkluderade i de stora förskotten som de mest storsäljande författarna kan förhandla sig till.

6. Framtid

Har pocketboken någon framtid?

Billighetsböckernas historia lär oss att det bara är en tidsfråga innan pocketbokens tillbakagång börjar.

Pocketbokens försvarare hävdar gärna att pocketboken står väl rustad inför framtiden: formatet är praktiskt, svenska pocketböcker är – även med internationella mått mätt – billiga, böcker behöver ingen apparatur för att fungera, och 10 miljoner sålda exemplar kan inte bara försvinna.

Jag vill ändå påstå att orosmolnen hopar sig:

- Utgivningen räknat i antal titlar har ökat. Från 343 titlar 1999 har utgivningen ökat varje år till 580 titlar 2004, enligt Förläggareföreningens statistik. Till det kommer utgivningen hos de förlag som inte ingår i statistiken. Förläggareföreningens uppskattning är att deras medlemmar utgör cirka 70 procent av den totala marknaden.
- Genomsnittsupplagorna sjunker.
- Pocketböckerna är för billiga. Somliga förläggare har talat om att de borde ha ett högre pris.
- Kortsiktigt är det fullt rationellt för en förläggare att bete sig på ett sätt som för förlaget – och hela branschen – är direkt livshotande. Om snittupplagorna faller och därmed bidraget per sålt exemplar, är det förnuftigt för det enskilda förlaget att ge ut fler titlar i år än förra året. Men om alla (eller i alla fall många) gör likadant, har vägen mot katastrofen anträtts. Snittupplagorna sjunker ytterligare, med växande överutgivning, och prishöjningar som naturlig följd. Den negativa spiralen kan snabbt (på ett par år) rasera marknaden.

Men branschen har ödet i sina egna händer. Om förlagen avstår från det kortsiktiga beteendet för det gemensamt långsiktiga bästa, kan katastrofen avvärjas. Helst skulle redan idag alla pocketutgivande förlag besluta sig för att dra ned på utgivningen, utan att höja sina priser. Tecknen pekar just nu (januari 2006) i litet olika riktningar: Norstedts har för avsikt att ge ut ungefär lika många titlar i pocket i år som förra året, Albert Bonniers förlag drar ned på antalet för att skapa en slagkraftigare lista, och Mån-pocket ökade ju den månatliga utgivningen redan hösten 2005 med sin faktabokssatsning.

Dessutom är pocketboken utsatt för andra hot, eller i alla fall konkurrens från annat håll. Under senare år har försäljningen av ljudböcker ökat minst lika dramatiskt som försäljningen av pocketböcker, låt vara i lägre absoluta tal. Och detta trots att det är opraktiskt att ha en bok på kassett eller cd, eftersom det går åt flera stycken för att rymma en vanlig roman.

Men sedan något år finns möjligheten att ladda ned böcker till mp3-spelare, och plötsligt har man i stället för alla cd-skivorna fått möjligheten att ha flera böcker – hela semesterns lektyr – i en liten apparat som hänger i ett snöre om halsen. Det dröjer inte länge förrän detta är samma apparat som används som telefon (och kamera!) också. Dessutom förenklas och förbilligas distributionen, eftersom mp-3-upplagan laddas ned över internet, och alltså inte kräver vare sig fysisk lagring eller detaljhandel.

Om detta drabbar pocketboken i den omfattning jag tror och befarar, gör det kanske inte förlagen så mycket, men återförsäljarna måste hitta nya varor som ger nya fräscha intäktskronor per kvadratmeter.

Några röster om framtiden

Jonas Axelsson, förläggare på Albert Bonniers förlag:
Pocketboken har en given ställning för en hel generation.

Magnus Wirström, vd för Pocketgrossisten:
Framgångsfaktorerna är pris och ledtider. Pocketboken är en viktig produkt för att öka läsningen. Men det är svårt att se någon fortsatt ökning.

Mathias Engdahl, vd för Pocket Shop:
Sverige har världens bästa pocketutgivning, om man ser till utbud, omslag, pris och utgivnings-takt. Prisglidning är mer oroväckande än överutgivning.

Johan Svedjedal, professor i litteratursociologi:
Billighetsböcker kommer att finnas kvar. E-böcker och ljudböcker är inget riktigt hot mot det tryckta ordet.

Är läsningen hotad? Nej, inte inom överskådlig tid, även om man kan undra över varför, enligt de regelbundna mätningar som utförs av Nordicom vid Göteborgs universitet, tiden som vi spenderar på bokläsning inte ökar, när antalet sålda böcker har gått upp så.

Några förklaringar tror jag är enkla. Samtidigt som pocketboks-försäljningen ökat, har biblioteksutlåningen minskat. En ren substituteffekt alltså.

En annan är impulshandeln. Pocketboken kräver ingen omfattande inköpsplanering. Det är lätt att plocka åt sig en eller ett par stycken, när man får syn på dem i bokhandeln, i snabbköpskassakön eller på bensinmacken. Priset gör köpet enkelt, och det gör också att man inte behöver ha dåligt samvete för att en bok blir stående oläst. Många bokhandlar säljer också, mer eller mindre året runt, pocketböcker enligt principen ”köp 4 betala för 3”. Det är alltså inte så konstigt om det köps mer än det konsumeras.

Internet bidrog under en period till att popularisera böcker. Den goodwill som den framväxande internethandeln mötte för sex, åtta år sedan spillde över på de produkter det handlades med, främst böcker. Den effekten har klingat av.

Under de senaste tio åren har Sverige haft ett större antal riktigt storsäljande författare än vad vi varit vana vid tidigare. Enligt Svensk Bokhandel är Sverige det land (av tio undersökta) där andelen infödda författare på bästsäljarlistorna är störst. Författare har blivit kändisar vars närvaro i media ökat. Naturligtvis har detta bidragit till ökat intresse för böcker. Inte minst pocketböcker. Kommer detta intresse att fortsätta växa, eller kommer författarna att få lämna plats åt andra typer av kändisar?

De flesta jag talat med för att samla information och synpunkter till denna skrift, verkar helt överens om att pocketboksexpansionen har stannat av. Risker är påtagliga att där finns svaret på frågan om pocketbokens framtid, för stagnerade marknader brukar inte bestå. Om ökning förbyts i stagnation, brukar inte minskningen vara långt borta. Inte så att förra årets tio miljoner sålda volymer blir noll inom några år, men redan en minskning på 20 eller 25 procent kommer att betecknas som djup kris och drabba många inblandade. Ja, det är lätt att vara pessimist, men tyvärr svårt

idag att se välgrundade skäl för att inte vara det, när det gäller pocketbokens närmaste framtid. Men om historien är något att lita på, så kommer billighetsböcker, i pocket eller i andra format, tillbaks igen.

Författarens tack

Stort tack till alla de personer som låtit sig intervjuas för att jag skulle kunna samla material till denna rapport: Jonas Axelsson, Per Bengtsson, Mathias Engdahl, Einar Engelbrektsson, Bernt Meissner, Johan Strid, Johan Svedjedal och Magnus Wirström med flera.

Jag har också haft nytta av skriftliga källor, särskilt för de historiska avsnitten. Främst Johan Svedjedals *Bokens samhälle*, volym II (Stockholm 1993), men också Per I. Gedin, *Förläggartliv* (Stockholm, Mån-pocket 2000), Bo Peterson, *Välja & sälja* (Stockholm 2003), Lasse Bergström, *Bokmärken* (Stockholm 1998) samt *Rabén, Sjögren och alla vi andra* (Stockholm 1992), utgiven till Rabén & Sjögrens 50-årsjubileum.

Material har också funnits att hitta på internet.

Stockholm i januari, 2006

P. Jonas Sjögren

BILAGA

Pocketprisvinnare 1999–2005

1999

GuldpoCKET

Louise Boije af Gennäs: *Stjärnor utan svindel*
Henning Mankell: *Villospår* och *Den femte kvinnan*
Carina Rydberg: *Den högsta kasten*
Majgull Axelsson: *Aprilhäxan*
Anna-Karin Palm: *Målarens döttrar*

SilverpoCKET

Louise Boije af Gennäs: *Rent hus*
Barbara Voors: *Syster min*

BronspoCKET

Unni Drougge: *Andra sidan Alex*
Herman Lindqvist: *Med en gnutta fax*

2000

GuldpoCKET (minst 50 000)

Åke Edwardson: *Dans med en ängel*
Jonas Gardell: *Så går en dag ifrån vårt liv och kommer aldrig åter*
Håkan Nesser: *Kim Novak badade aldrig i Genesarets sjö*
Marie Hermanson: *Musselstranden*
Henning Mankell: *Stegat efter samt Brandvägg*
Jan Guillou: *Vägen till Jerusalem*
Liza Marklund: *Sprängaren*
Klara bevis av Elizabeth George, direktutgiven i pocket, är den utländska bok som sålt bäst, cirka 82 000 exemplar

SilverpoCKET (minst 40 000)

Gunnar Fredriksson: *20 filosofer*

BronspoCKET (minst 30 000)

Håkan Nesser: *Kvinna med födelsemärke* samt *Kommissarien och tystnaden*
Elsie Johansson: *Glasfåglarna*
Jerzy Einhorn: *Urvald att leva*
Inger Frimansson: *God natt min älskade*

Expressens GetingpoCKET i fem klasser:

LÄSARNAS PRIS

Liza Marklund: *Sprängaren*

SVENSK SKÖNLITTERATUR

Kjell Johansson: *Huset vid Flon.*

ÖVRIGA VINNARE

Philip Roth: *Amerikansk pastoral*
Karin Fossum: *Evas öga*
Sven-Eric Liedman: *I skuggan av framtiden*

BÄSTA OMSLAG

Monika Fagerholms *Diva*, gjort av Victoria Bergmark

2001

PlatinapoCKET

Liza Marklund: *Gömda*
Liza Marklund: *Studio Sex*
Jan Guillou: *Vägen till Jerusalem*

GuldpoCKET

Henning Mankell: *Pyramiden*
Henning Mankell: *Brandvägg*
Jan Guillou: *Tempelriddaren*
Håkan Nesser: *Münsters fall*
Åke Edwardson: *Rop från långt avstånd*

SilverpoCKET

Håkan Nesser: *Flugan och evigheten*
Håkan Nesser: *Carambole*
Åke Edwardson: *Sol och skugga*
Göran Tunström: *Berömda män som varit i Sunne*

Årets mest sålda översatta titel:

Marian Keyes: *En oväntad semester*

Vidare delade Expressen ut GetingpoCKET i fem kategorier.

Vinnarna hade röstats fram av tidningens läsare.

BÄSTA DECKARE

Ytspänning av Aino Trosell

BÄSTA SKÖNLITTERÄRA POCKET

Livläkarens besök av P.O. Enquist

BÄSTA FACKBOK

Vid avgrunden av Gitta Sereny

BÄSTA UTLÄNDSKA SKÖNLITTERÄRA POCKET

Rövarbruden av Margaret Atwood

BÄSTA OMSLAG

Lotta Köhlhorn för *Hårda bullar* av Sparkle Hayters

HEDERSOMNÄMNANDE OMSLAG

Johan Petterson för *De hängda rövarnas skog* av Arto Paasilinna.

2002

GuldpoCKETvinnare

ROMAN

Mikael Niemi: *Populärmusik från Vittula* (mest sålda svenska roman, samt Platina)
Katarina Mazetti: *Grabben i graven bredvid* (Guld)
Majgull Axelsson: *Slumpvandring* (Guld)
Maja Lundgren: *Pompeji* (Guld)
Carina Rydberg: *Djävulsformeln* (Guld)
P.O. Enquist: *Livläkarens besök* (Guld)
Henning Mankell: *Vindens son* (Silver)
Jan Guillou: *Ondskan* (Silver)

DECKARE

Liza Marklund: *Studio sex* (mest sålda, samt Platina)
 Åke Edwardson: *Låt det aldrig ta slut* och *Sol och skugga* (Guld)
 Håkan Nesser: *Carambole* (Guld)
 Henning Mankell: *Danslärarens återkomst* (Guld)
 Håkan Nesser: *Ewa Morenos fall* (Silver)
 Karin Alvtegen: *Saknad* (Silver)

FACKBOK

Fredrik Lindström: *Världens dåligaste språk* (mest sålda, samt Silver)

UNGDOMSBOOK

Annika Thor: *En ö i havet* (mest sålda)

SVENSK KLASSIKER

Frans G. Bengtsson: *Röde Orm* (mest sålda)

ÖVERSATTA BOK ALLA KATEGORIER

Marian Keyes: *Vattenmelon* (mest sålda)

Expressens jurypris för bästa omslag

gick till Joanna Rubin Dranger för boken *Oskylld* av Åsa Ericsson-dotter, med motiveringen att hon med några enkla penndrag och sparsmakat effektivt användande av färg lyckats forma ett omslag som sticker ut i pocket-hyllorna. Ett rent och snyggt omslag med en bild som naglar sig fast.

2003

GuldpoCKETvinnare

ROMAN

Torbjörn Flygt: *Underdog* (mest sålda, samt Platina)
 Fredrik Lindström: *Vad gör alla superokända människor hela dagarna?* (Platina)
 Jan Guillou: *Riket vid vägens slut* (Guld)
 Marianne Fredriksson: *Älskade barn* (Silver)
 Unni Drougge: *Hella Hells bekännelser* (Silver)
 Jonas Gardell: *Ett ufo gör entré* (Silver)

DECKARE

Liza Marklund: *Paradiset* (mest sålda, samt Platina)
 Håkan Nesser: *Ewa Morenos fall* och *Svalan, katten, rosen, döden* (Guld).
 Åke Edwardson: *Himlen är en plats på jorden* (Guld)
 Jan Mårtenson: *Mord på Mauritius* (Guld)
 Åke Edwardson: *Gå ut min själ* och *Till allt som varit dött* (Silver)
 Karin Wahlberg: *Sista jöuren* (Silver)

FACKBOK

Bodil Jönsson: *Tio tankar om tid* (mest sålda, samt Silver)

UNGDOMSBOOK

Sara Kadefors: *Sandor slash Ida* (mest sålda, samt Silver)

POCKETKLASSIKER

Jan Guillou: *Ondskan*

ÖVERSATT BOK ALLA KATEGORIER

Dalai Lama: *Lycka!* (mest sålda, samt Platina)

2004

GuldpoCKETvinnare

ROMAN

Carl Johan Vallgren: *Den vidunderliga kärlekens historia* (mest sålda, samt Platina)
 Bengt-Åke Cras, Agneta Cras och Kristina Hansen: *Bakom stängda dörrar* (Platina)
 Håkan Nesser: *Och Piccadilly Circus ligger inte i Kumla* (Guld)
 Kajsa Ingemarsson: *På det fjärde ska det ske* (Guld)
 Marianne Fredriksson: *Älskade barn* (Guld)
 Jan Guillou: *Arvet efter Arn* (Guld)
 Johanne Hildebrand: *Freja* (Silver)
 Bodil Malmsten: *Priset på vatten i Finistère* (Silver)
 Torgny Lindgren: *Pölsan* (Silver)

DECKARE

Leif G.W. Persson: *Mellan sommarens längtan och vinterns köld: en roman om ett brott* (mest sålda, samt Platina)
 Liza Marklund: *Prime time* (Platina)
 Åke Edwardson: *Segel av sten* (Guld)
 Henning Mankell: *Innan frosten* (Guld)
 Karin Wahlberg: *Hon som tittade in* (Guld)
 Helene Tursten: *Glasdjävulen* (Silver)

FACKBOK

Fredrik Paulún: *Allt om glykemiskt index* (mest sålda, samt Guld)
 Jan Guillou: *Häxornas försvarare* (Silver)

ÖVERSATT BOK ALLA KATEGORIER

Åsne Seierstad: *Bokhandlaren i Kabul* (mest sålda, samt Platina)

2005

GuldpoCKETvinnare

ROMAN

Jonas Hassen Khemiri: *Ett öga rött* (mest sålda, samt Platina)
 Kajsa Ingemarsson: *Inte enklare än så* (Guld)
 Johanne Hildebrand: *Idun* (Silver)
 Lotta Thell: *I skuggan av värmen* (Silver)
 Katarina Mazetti: *Tarzans tårar* (Silver)
 Åke Edwardson: *Jukebox* (Silver)

DECKARE

Leif G.W. Persson: *En annan tid ett annat liv* (mest sålda, samt Platina)
 Karin Alvtegen: *Svek* (Guld)
 Anna Jansson: *Silverkronan* (Guld)
 Åsa Larsson: *Solstorm* (Guld)
 Kjell Eriksson: *Prinsessan av Burundi* (Silver)
 Björn Hellberg: *Paria* (Silver)
 Karin Wahlberg: *Ett fruset liv* (Silver)
 Camilla Läckberg: *Isprinsessan* (Silver)
 Håkan Nesser: *Kära Agnes* (Silver)
 Arne Dahl: *En midsommarnattsdröm* (Silver)
 Inger Frimansson: *Mörkerspår* (Silver)

FACKBOK

Filip Hammar och Fredrik Wikingsson: *Två nötkreme och en moviebox* (mest sålda, samt Platina)

Cecilia Hagen: *De osannolika systrarna Mitford* (Silver)

UNGDOMSBOOK

Johanna Thydell: *I taket lyser stjärnorna* (mest sålda, samt Silver)

ÖVERSATT BOK ALLA KATEGORIER

Michael Moore: *Korkade vita män* (mest sålda, samt Platina)

Pocket Shops specialpris till bästa omslag

Lotta Kühlhorn för *Ett öga rött* av Jonas Hassen Khemiri