

DEN SVENSKA
BOOK
HANDELN

En analys

Rapport från Bokbranschens Finansieringsinstitut AB, BFI

Den svenska bokhandeln

En analys

Denna rapport kan beställas från:

Bokbranschens Finansieringsinstitut AB, BFI
Kungstensgatan 38
113 59 STOCKHOLM
tfn 08-736 19 65

© Författarna och BFI

Redaktör Barbro Waldenström

Grafisk form Majbritt Hagdahl

Tryckt av Fingraf Tryckeri AB, Södertälje 2006

Stockholm maj 2006

ISBN 978-91-631-8886-2

INNEHÅLL

1. Inledning	5
<i>av Marianne Öjestål</i>	
2.1 Den svenska bokhandelsmarknaden	6
<i>av P. Jonas Sjögren</i>	
2.2 Bokkonsumtionen i Sverige	14
<i>av Lars-Erik Linder</i>	
3. En analys av dagsläget	19
<i>av Lars-Erik Linder</i>	
4. Bokhandelns framtid	23
<i>av Lars-Erik Linder</i>	

PRESENTATION AV FÖRFATTARNA

- Lars-Erik Linder** projektledare KF-Media. Tidigare verksam i Akademibokhandelsgruppen, ESSELTE Bokhandel och Norstedts Förlag
- 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)
- Marianne Öjestål** vd, Bokbranschens Finansieringsinstitut AB, BFI

1. Inledning

av Marianne Öjestål

Bokbranschens Finansieringsinstitut, BFI, bildades 1974 som ett helägt dotterbolag till Svenska Förläggareföreningen, några år efter det att bokpriserna blev fria i Sverige och bokhandelns ensamrätt försvann. En stark oro fanns vid den här tiden för att bokhandlar skulle slås ut och att försäljningen skulle koncentreras till mest bestsellers. Syftet med BFI:s verksamhet blev därför att på olika sätt stödja bokhandeln, till exempel vid nyetableringar, övertaganden eller upprustningar. År 1977 utökades BFI:s uppdrag då regeringen beslutade nyinrätta ett statligt bokhandelsstöd vilket skulle administreras av institutet. Det primära syftet med det statliga stödet var att försöka bevara den spridning av bokhandelsbeståndet som då fanns.

Genom årliga rapporter till Kulturdepartementet har BFI regelbundet dokumenterat den svenska bokhandelns utveckling genom analyser av dagsläget och resonemang om möjliga framtidsscenarier. Det statliga stödet till bokhandeln via BFI är nu sedan några år borttaget. Trots detta är det fortsatt naturligt och viktigt för institutet att analysera vad som händer med den svenska bokhandeln, hur utvecklingen varit fram till idag, hur dagsläget ser ut och vad vi kan tro om framtiden. Fortfarande är ju bokhandeln, trots många nya aktörer, förlagens viktigaste försäljningskanal.

Uppdraget som huvudansvarig för rapporten har givits till Lars-Erik Linder. Avsikten är alltså att ge såväl bokbranschen som dess omgivning en aktuell bild av hur bokhandeln klarat sig utan det statliga stödet, i allt hårdare konkurrens från andra aktörer och från andra mediaområden.

För att läsare utan branschkunskap ska få en uppfattning om bokhandelns utveckling inleds rapporten med ett avsnitt av P. Jonas Sjögren. Kapitlet har tidigare varit publicerat i "Bokbranschen i Sverige. Utvecklingen mellan 1973 och 2003"* men har här uppdaterats. Genom en bred exposé från 1960-talet fram till idag ges en bra grund för det mer detaljerade resonemanget kring bokhandelns nuläge och antaganden kring framtiden.

MM Partner AB har bistått med marknadsanalyser och har också genomfört detaljerade analyser av bokhandlarnas bokslut. Vissa begränsningar i underlaget finns emellertid. Till exempel varierar bokslutsdatumet något mellan företagen. Vidare ingår endast de

företag som av Statistiska centralbyrån klassats som bokhandel vilket gör att några företag faller bort.

I rapporten finns också en uppskattning av den totala bokkonsumtionen i Sverige mätt i antal bokköp. De olika bokhandelsgrupperingarnas försäljningsutveckling har studerats under perioden 2001-2004 det vill säga under den period när effekterna av den lägre bokmomsen särskilt tydligt kan studeras. Bokmomsen sänktes som bekant den 1 januari 2002 från 25 procent till 6 procent.

Ytterligare ett påpekande bör göras. Bokhandelskedjorna har under mätperioden bytt ett antal medlemmar med varandra och nya har tillkommit. Detta bör man ha i minnet då jämförelsen mellan kedjorna görs. I analysen av dagsläget är utgångspunkten den sammansättning som kedjorna har idag.

Rapporten avslutas med ett avsnitt kring bokhandelns framtid, som trots en del uppenbara hot och svårigheter kan bli tämligen ljus. Inte minst därför att den fysiska bokhandeln har så helt unika förutsättningar, vilka kan utvecklas och förfinas. Men då krävs förstås en del uppoffringar och anpassningar.

* ISBN 91-970326-5-4, Rapport från Svenska Bokhandlareföreningen och Svenska Förläggareföreningen 2003.

2.1 Den svenska bokhandelsmarknaden

av P. Jonas Sjögren

Avregleringen av bokmarknaden 1970 innebar inte den bokhandelsdöd många befarade. Bokhandelns andel av den totala bokförsäljningen har visserligen minskat något och antalet butiker som rubriceras bokhandel har blivit något lägre, men dessa förändringar är knappast anmärkningsvärda över en period på mer än trettio år då mycket annat i det svenska samhället och dess kommersiella struktur förändrats än mer drastiskt.

Bokhandelns marknadsandel

När den svenska bokmarknadens avreglering förs på tal, inte minst internationellt, kan man lätt få uppfattningen att före 1970 såldes alla böcker i Sverige genom bokhandeln. Så var definitivt inte fallet. Enligt Statens pris- och kartellnämnd svarade kommissionsbokhandeln 1961 (alltså nästan tio år före de fria priserna) för 46 procent av bokförsäljningen, andra återförsäljare för drygt 11 procent, bibliotek och andra organisationer för nästan 9 procent, och förlagens direktförsäljning utgjorde 34 procent av handeln med böcker. Förlagens direktförsäljning utgjordes av hemförsäljning, bokklubbar samt arbetsplats- och postorderförsäljning. Försäljningen av skolböcker och till biblioteken gick i allt väsentligt genom bokhandeln. Dessa siffror förändrades inte nämnvärt under 1960-talet.

Den friare prissättningen innebar att hemförsäljningen fick det betydligt svårare, och ångerveckans införande gjorde inte saken bättre för de företag som sysslade med detta slags försäljning. Det innebar att det blev svårare att sälja större verk (t ex samlade skrifter av klassiska författare) och flerbandiga uppslagsverk. Bland dem som ändå fortsatte kan nämnas Focus Uppslagsböcker, som slutligen avvecklade sin säljarkår först 1990/91, och Bertmarks förlag, som fortfarande säljer sina årsböcker via hembesök och telefon.

Marknadens avreglering innebar också att kommuner, skolor och bibliotek började kräva allt högre rabatter på sina inköp. Redan under första hälften av 1970-talet flyttades närmare 50 procent av skolbokförsäljningen från bokhandeln direkt till förlagen eller till specialiserade mellanhänder. Detta var en känd

förändring för många bokhandlare, och på den försäljning som blev kvar krymptes marginalerna. Även biblioteken ändrade sitt inköpsbeteende. En växande del av deras inköp kom att göras genom Bibliotekstjänst.

Ändå svarar bokhandeln, enligt Förläggareföreningens årliga statistik, fortfarande för ca 40 procent av den totala handeln med böcker i Sverige. Detta borde betraktas som en glädjande stark siffra. Skälen till att bokhandeln hävdade sig så väl, trots de betydande förändringar som ägt rum, är att bokhandeln under denna period professionaliserats med avseende på kommersiellt tänkande och ekonomisk styrning. Ett uttryck för det senare är också kedjornas framväxt och den därmed sammanhängande kraftfullare marknadsföringen av och genom bokhandeln. Kedjorna har i viss utsträckning även inneburit en maktförskjutning från förlag till detaljhandel.

Bokhandelsbeståndets utveckling

Under efterkrigstiden har svensk detaljhandel (likom detaljhandeln i många andra länder) genomgått en dramatisk utveckling. En stor mängd små lokala butiker har försvunnit och större enheter har skapats, ofta i kedjekonstellationer. Dagligvaruhandelns svårigheter i glesbygden är fortfarande ett akut problem, och de många köpcentra som växt upp under de senaste årtiondena är till förväxling lika med avseende på butiksbeståndet.

Jämfört med denna utveckling har förändringen i bokhandelsnätet varit både långsammare och mindre dramatisk. Detta beror naturligtvis på det skydd branschen hade genom dispensen från bruttoprisförbudet, men också på en fortsatt strävan att hålla bokhandeln vid liv genom offentliga stödåtgärder. Dessutom har branschens aktörer uppvisat en flexibilitet i butiksriktning bl a genom att introducera även andra varugrupper för att kunna hålla liv i bokförsäljningen.

Bokhandelsbeståndets utveckling kan alltså beskrivas i positiva termer trots att många kommuner idag saknar bokhandel. Vid årsskiftet 2005 saknade 91 stycken eller 31 procent av landets 290 kommuner bokhandel. Men ett mer relevant mått på tillgänglighet är hur stor andel av befolkningen som har tillgång till en bokhandel i sin hemkommun. Denna andel lig-

ger på 90 procent och har varit praktiskt taget oförändrad under en lång följd av år.

Med A-boklådor förstods bokhandlar som var anslutna till fackbokhandelsavtalet, och alltså åtagit sig att lagerföra minst 4 000 titlar av allmänlitteratur. B-boklådor hade med avseende på allmänlitteratur ett mindre sortiment. Begreppet servicebokhandel introducerades av Seelig 1981, och Servicebokhandlarförbundet var en fortsättning på det tidigare B-bokhandlarförbundet, och dess medlemmar gjorde i princip alla sina bokinköp från Seelig, bokbranschens grossist.

Sedan fackbokhandelsavtalet upphört att existera blir gränsdragningen mellan olika sorters bokhandlar litet besvärligare. 1997 års bokutredning (Boken i tiden, SOU 1997:141) innehöll följande uppgifter: Antal allmänbokhandlar beräknades vara 331 och antalet specialbokhandlar 190. Sedan 1983 hade alltså antalet allmänbokhandlar knappast förändrats alls (331 mot tidigare 336). Här torde dock ha skett en förändring genom att några tiotal A-bokhandlar enligt 1983 års definition, snarare var att betrakta som B-boklådor femton år senare. Denna förändring måste betraktas som en viss uttunning av bokhandelnätet för allmänlitteratur.

Det är samtidigt viktigt att notera att antalet specialbokhandlar enligt dessa siffror ökat kraftigt i antal. Bland specialbokhandlar märks främst sådana som specialiserar sig på pocketböcker, läromedel/kursböcker, religiös litteratur, antikvariat med försäljning av nya böcker samt diverse ”hobbyintressen”.

Bokhandelnätets täckningsgrad

Bokhandelsbeståndet är alltså inte jämnt fördelat över landet. Det är naturligtvis precis vad man kan vänta sig: bokhandeln finns där kunderna finns, och riktigt stora bokhandlar (som lagerför över 25 000 titlar, och har ett sortiment även av utländsk litteratur) är ett storstadsfenomen. Likaså finns specialbokhandlarna i de kommuner där allmänbokhandelstätheten är störst. Över hälften av landets specialbokhandlar finns i Stockholm, Göteborg och Uppsala.

Utredningen ”Boken i tiden” konstaterar att det behövs ett upptagningsområde om ca 20 000 personer

för att det ska finnas förutsättningar att driva bokhandel på företagsekonomiskt sunda villkor. Det är därför knappast märkligt att vissa mindre kommuner saknar bokhandel, särskilt i glesbygderna. Om tätorten i grannkommunen har en bokhandel är dock ingen stor skada skedd. Det finns emellertid också exempel på kommuner/orter där det borde finnas förutsättningar att driva bokhandel, men där det ändå saknas. Utredningen efterlyser ett aktivare entreprenörskap, och förordar mer utbildning av potentiella handlare.

De kommuner som saknar bokhandel är oftast små och ofta finns de i glesbygd. Men hela 90 procent av befolkningen i Sverige bor alltså i en kommun där det finns en bokhandel.

Sedan 1996 har ett nytt fenomen på marknaden bidragit till att ett brett boks Sortiment finns tillgängligt överallt i landet, nämligen internetbokhandlarna.

Bokhandelskedjor

Före 1970 fanns i Sverige ingen bokhandelsgruppering som kunde rubriceras kedja. Det fanns några exempel på att en ägare kunde ha flera butiker, t ex Almqvist & Wiksell. Förklaringen till att inga egentliga kedjor bildades var att branschens regelverk omöjliggjorde stordriftsfördelar i inköp, och bokhandeln spelade en begränsad roll i de marknadsföringsinsatser som gjordes utanför butikslokalerna.

Under 1970-talet växte emellertid flera kedjor av olika typ fram och under 1980- och 90-talen har de stärkt sina positioner.

Butikskedjor kan grovt sett indelas i två typer: mångfilialföretag och frifackkedjor.

Med mångfilialföretag avses ett antal butiker som drivs av en ägare (antingen hela rörelsen drivs i ett bolag eller som en koncern). Ägaren/ledningen för en sådan kedja har full beslutsrätt i alla sorters frågor för hela sitt företag (inom ramen för gällande arbetsrättslagar etc). Graden av enhetlighet och likriktning inom mångfilialföretag kan naturligtvis variera, mellan kedjor och över tiden. Akademibokhandelsgruppen, Exlibris, Killbergs och Wettergrens är idag några exempel på denna kedjeform i Sverige. Tidigare har det funnits även andra.

Frifackkedjan däremot karakteriseras av att ett

antal självständiga företagare sluter sig samman för att samordna i första hand inköp och marknadsföring. Samverkan kan ske i bolagsform eller genom en ekonomisk förening. Deltagandet i detta slags kedja motiveras av att det för gruppen finns stordriftsfördelar att utvinna som kan komma var och en till del. Detta gör det motiverat för den enskilde handlaren att ge upp en del av sitt självständiga beslutsfattande. Frifackkedjeledningen är dock på ett tydligare sätt än mångfilialledningen beroende av att medlemmarna verkligen upplever en direkt nytta av medlemskapet för att de skall acceptera ledningens beslut. Graden av samordning mellan de ingående butikerna/bolagen kan naturligtvis variera, så t ex är alla Bokiabutikers kedjetillhörighet tydlig, medan JB-Gruppens medlemmar uppträder under sina lokala namn. Samordning kan också utvidgas till att gälla även andra beslut än inköp och marknadsföring, t ex butiksinredning eller val av datasystemslösningar.

I andra detaljhandelsbranscher finns exempel på blandade kedjor, t ex DUKA-butikerna, det vill säga kedjor som innehåller både anslutna butiker och sådana som är centralt ägda. Det har vi ännu inte sett prov på i bokbranschen.

Akademibokhandelsgruppen

Akademibokhandelsgruppen bildades 1992 ur den tidigare Nordiska Bokhandelsgruppen, som i sin tur bestod av butiker som tidigare ingått i det studentkårsägda Academus respektive ESSELTE Bokhandel. Academus förvärvades av Konsumentföreningen Stockholm 1987, och ESSELTE Bokhandel 1990. Ägandet övertogs 1992 av Kooperativa Förbundet, som också äger bl a Norstedts Förlagsgrupp samt internetbokhandeln Bokus.

Academus hade sina rötter i den kursbokhandel som öppnade vid Stockholms Universitet i Frescati 1971. Universitetets studentkår hade redan tidigare sysslat med kompendieförmedling, och sedan våren 1970 även med bokförsäljning i lokaler i Vasastan. I och med att universitetet samlades i nybyggda lokaler i Frescati var det naturligt att flytta bokhandeln dit. Vid denna tid fanns Akademibokhandeln i Lund sedan flera år, och studentkårsägda bokhandlar dök

upp också på andra universitets- och högskoleorter. Studenterna var genom sina kårägda bokhandlar snabba att utnyttja de fria priserna till att sälja kursböcker billigt.

I mitten på 1970-talet förvärvades Nordiska Bokhandelns filial vid Odenplan och 1977 öppnade Akademibokhandeln sin nya flaggskeppsbutik på Mäster Samuelsgatan i Stockholm. Genom dessa butiker (och delvis genom kursboksbutikerna) såldes allmänlitteratur med ”minst 20 procents rabatt”. Detta var det första exemplet på aggressiv priskonkurrens på allmänlitteratur i bokhandeln sedan priserna släpptes fria sju år tidigare. Konkurrenterna var skeptiska, men Akademibokhandeln blev förlagsrepresentanternas gunstlingar, och med hjälp av uppmärksam, nyskapande reklam (”Hoppas att det blir en regnig sommar”; ”Glöm inte att köpa ut till helgen”) och en ungdomlig uppstickarattityd blev City-butiken snabbt en försäljningsmässig framgång.

Kursbokskonceptet spreds till andra städer i Mälardalen, och en stor allmänbokhandel öppnades även på Norra Hamngatan i Göteborg. 1982 förvärvades Bokman-butikerna, en kedja med lågprisimage med butiker i centrala lägen.

Tillväxten och förvärven bidrog till slitningar inom Academus ledning, vilka tillsammans med sviktande lönsamhet och ansträngd likviditet tvingade ägarna att sälja företaget till Konsum Stockholm 1987. Dessutom hade expansionen givit företaget en inriktning som de ägande studentkårerna inte tyckte var förenlig med deras intressen.

ESSELTE Bokhandel

1973 förvärvade ESSELTE förlags- och tryckerikoncernen Almqvist & Wiksell. I köpet ingick förutom bokhandeln på Gamla Brogatan i Stockholm några av Sveriges främsta universitetsbokhandlar, flera med gamla anor: Lundequistska i Uppsala, Eckersteins i Göteborg, Sahlströms i Linköping och Westlings i Örebro. Under 1970- och 80-talen förvärvades ytterligare tre stora bokhandelsrörelser: Nordiska Bokhandeln i Stockholm, Gumperts i Göteborg med filial i Jönköping och Akademibokhandeln i Lund med filialer.

ESSELTE Bokhandels intresse för konsumentmarknaden var begränsat, eftersom företaget var stor leverantör till universitetsbibliotek, sjukhus och företag med behov av kvalificerade fackböcker. I verksamheten ingick också Tidskriftscentralen (prenumerationsförmedling), Bokdistributören (skolboks-distribution till kommuner och skolor), Almqvist & Wiksell International (bokexport och distribution av akademiskt tryck) samt Nordiska Bokhandelsnäs för-lag (medicinska fackböcker). ESSELTE och Academicus var naturligtvis konkurrenter om försäljningen vid universitet och högskolor, men under 1980-talet ökade också konkurrensen från exportbokhandlar i England (bl a Blackwells, Heffers och Dawsons) och prenumerationsförmedlare som EBSCO (USA) och Sweets (Nederländerna). I samband med kraftiga omstruktureringar inom ESSELTE-koncernen såldes verksamheten till Konsum Stockholm 1990. Kedjan (som inte uppträdde med något stort mått av enhetlighet) bestod då av femton butiker på tolv orter. Lönsamheten var god.

Fusionering och expansion

Fusionen fick 1992 namnet Akademibokhandelsgruppen. Företagets profil hade varit spretig (tolv olika butiksnamn) och lönsamheten dålig. Namnbytet var ett led i det omfattande rekonstruktionsarbete som ledde till att gruppen sedan 1994 har kunnat visa vinst varje år. Parallellt med personalinskränkningar och nedläggning eller avyttring av olönsamma butiker, samt försäljning av Tidskriftscentralen, investerades i ett kraftfullt butiksdatabasystem. Sedan 1998 då företaget hade 29 butiker har man våren 2006 genom förvärv och nyetablering vuxit till 56 butiker, av vilka 17 är universitets- och högskolenära kursboksbutiker. Expansionen har skett främst på allmänboksmarknaden. Akademibokhandeln beräknas idag svara för ca 30 procent av detaljhandeln med böcker i Sverige, och är därmed landets största bokhandelskedja. Kursböcker säljs även i en del allmänbutiker. Akademibokhandelsnäs butiker i centrala Stockholm, Uppsala, Lund och Göteborg är bland de största bokhandlarna i Sverige. I affärsidén ingår att vara störst på de orter där man finns etablerad. Importerade böcker, främst

kurs- och facklitteratur svarar för 15-20 procent av den totala bokförsäljningen.

BOKIA

Även frifackkedjornas historia har varit brokig och händelserik, med omgrupperingar och personstrider. I slutet på 1970-talet fanns fem grupperingar av bokhandlar, som inte alla kan rubriceras som kedjor i dagens bemärkelse men som innehöll början till kedjesamverkan. Factum i Stockholmsområdet, Norrbok, 15 bokhandlare (Skåne), Sydvästgruppen (blev sedan Info) och Boksam (Västsverige). Av dessa var det Sydvästgruppen och Boksam som hade de tydligaste kedjeambitionerna, men även de skilde sig åt i arbetssätt och inriktning.

Sydvästgruppen drevs som en ekonomisk förening. Man gjorde en del inköp tillsammans och hade gemensam marknadsföring. Gruppen tryckte på vikten av att ge varandra insyn i företagen och att utbyta erfarenheter. Butikerna uppträdde under sina egna namn.

Boksam däremot använde kedjenamnet. Inköpen gjordes centralt av en liten grupp, med ett kvoterings-system. Butikerna hade alltså givit upp mer av både sin identitet och sin självständighet för att nå gemensam styrka, än vad som gällde i de andra konstellationerna. Marknadsföringen via tidningen Bokskogen präglades av en aggressiv prispolitik.

Båda grupperingarna lade också resurser på personalutbildning, dels för att förbättra kunskaperna i marknadsföring och ekonomi, dels för att stärka samhörigheten mellan deltagarna.

Den 1 maj 1986 slogs kedjorna samman till Bokia. Tillsammans hade man då åttio medlemmar. Häri-genom blev stordriftsfördelarna ännu mer påtagliga: större inköpsvolym, en trycksak i stället för två (i större upplaga) och en gemensam administration.

Förutom de centraliserade, kvoterade, inköpen var den gemensamma marknadsföringen nyckeln till kedjeframgången. Via marknadsföringsbidrag kunde kedjorna få förlagen att vara med och betala främst trycksaker, som kallades katalog eller kundtidning. I takt med att kedjorna växte och deras trycksaker gick ut i större upplagor, blev det allt viktigare för försäljningen vilka titlar som köptes centralt och marknads-

fördes i katalogerna. Sydvästgruppen/Info hade ett bredare urval i sin tidning än vad Boksam hade i sin mer aggressiva katalog.

Olikheterna i synen på hur marknadsföringen skulle utformas blev också orsaken till den första stora konflikten i den nyskapade kedjan. Boksamtänkandet vann. Under resten av 1980-talet växte Bokia med ytterligare drygt tjugo medlemmar och stärkte därmed sin ställning och marknadsandel.

Under 1990-talet och början på det nya seklet har Bokia arbetat med att stärka sitt varumärke genom gemensam profilering, t ex genom konsekvent användning av namnet Bokia. I detta arbete har utbildning spelat en viktig roll. Samtidigt försvagades gruppen då några medlemmar lämnat kedjan för att i stället gå med i JB-Gruppen och närmare tio butiker köpts av Akademibokhandeln. Bokias problem att stå emot Akademibokhandeln vid butiksförsäljning, och likaså i samband med nya köpcenteretableringar, visar på en svaghet som frifacksamverkan har i konkurrens med mångfilialföretaget: svårigheten att skaffa riskkapital.

Under 2003 hittade Bokia en lösning på dessa problem. Hittills har organisationen varit en ekonomisk förening, där varje medlem haft en andel. Den ekonomiska föreningen har i sin tur ägt Bokia AB. Efter stämmobeslut det året avvecklades den ekonomiska föreningen, och medlemmarna blev aktieägare i Bokia AB. I en nyemission fick medlemmarna teckna aktier i proportion till sin storlek. Härigenom skaffade sig Bokia ett kapital för att snabbare och enklare kunna göra förvärv och delta i nyetableringar. Förändringen är inte okontroversiell, eftersom de större medlemmarna och huvudkontoret får mer makt. Nya Bokia-butiker kommer inte med automatik att kunna bli aktieägare.

I april 2006 hade Bokia 75 medlemsföretag, med tillsammans 87 butiker. I maj 2003 öppnade Bokia en ny butik i Jönköping, och hösten 2004 tillkom en ny butik i Gävle, där den tidigare medlemmen sålde sin bokhandel till Akademibokhandeln våren 2003. Fler etableringar lär följa.

Den typiska Bokiabutiken är mindre än konkurrenten inom Akademibokhandeln, och har sin försäljning mer koncentrerad till svensk allmänlitteratur och pappers- och kontorsvaror.

JB-Gruppen

När Bokia bildades blev en del bokhandlare ställda utanför, eftersom man inte ville ha fler än en medlem per stad i mindre städer. Dessa bildade tillsammans med Möllers Bokhandel i Kristianstad Julbocken, ett samarbete kring inköp och katalogframställning.

Namnet ändrades till JB-Gruppen, och idag består den av 51 butiker, i vad som snarare beskrivs som ett nätverk än en kedja. Gruppen har ingen anställd personal. Arbetet bedrivs i fyra arbetsgrupper, en för ekonomi och administration, och tre olika inköpsgrupper (säsongens böcker, pappers- och kontorsvaror och realisation). Alla medlemmar måste ta jul- och realkatalogerna och därmed sammanhängande inköp, i övrigt är deltagandet frivilligt.

Mot marknaden uppträder gruppens medlemmar under sina egna bolags- eller butiksnamn. Katalogerna har lokala editioner med lokala avsändare. JB-Gruppen är alltså i första hand ett begrepp i umgänget med leverantörer.

Det personalsnåla samarbetet möjliggörs genom utnyttjande av ett intranät, flitigt e-postande etc. Gruppen har inget stort intresse av att expandera. Nya medlemmar släpps bara in om de kan tillföra gruppen något mervärde. Wettergrens i Göteborg är gruppens största medlem, men där ingår också Exlibris med fem butiker i Stockholmsområdet och både Hamrelius och Malmö Bokhandel.

Servicebokhandlarna

Servicebokhandlarföreningen (tidigare förbundet) har 41 medlemmar, i allmänhet mindre butiker som är ensamma bokhandlare på sin ort. Servicebokhandlarförbundet var det nya namnet på Sveriges B-Bokhandlarförbund (som hade bildats på hösten 1946). Namnändringen skedde i samband med det nya fackbokhandelsavtalet 1980/81. Butikerna åtar sig att ta emot nyhetsutsändningar från Seelig, och uppstår i gengäld statligt sortimentsstöd.

Servicebokhandlarna är alltså ingen kedja. På utsändningarna och inköpen via Seelig utgår inget marknadsföringsbidrag, och man har inga gemensamma inköp men utser representanter till det sortimentsråd som väljer titlar till nyhetsutskicken. Mark-

nadsföringen sköter varje bokhandlare själv, ibland tillsammans med lokala handlare i andra branscher.

Ugglan

Ugglan bildades i september 1994 av 37 bokhandlare, som tidigare varit servicebokhandlare, sedan förhandlingar med Seelig om marknadsföringsbidrag varit resultatlösa. Våren 2006 har man 55 butiker, men vill gärna bli fler, helst genom att några större butiker ansluter sig.

Ugglan har två inköpsgrupper, en för böcker (nyheter och rea) och en för pappers- och kontorsvaror. Man producerar fem kataloger och tre kontorsblad om året, och minimiåtagandet är 6 000 exemplar. De flesta tar avsevärt fler.

Kedjan, som i huvudsak finns på mindre orter där de har lokalt monopol, arbetar aktivt med varumärket. Cirka tio butiker heter Ugglan, och namnet finns på alla kataloger, presentkort etc.

Oberoende bokhandlare

Även efter den intensiva kedjeutvecklingen under de senaste två decennierna finns det naturligtvis bokhandelsföretag som inte ingår i någon kedja. Bland de mera kända allmänboksbutikerna finns Hedengrens, Bok-Skotten och NK bokhandel i Stockholm samt Partille Bokhandel i utkanten av Göteborg.

Bland de oberoende bokhandlarna finns flera som specialiserar sig på kursböcker (ofta studentägda) och/eller läromedel. LäroMedia är Sveriges näst största bokhandelsföretag. Här finns också utpräglad specialbokhandel som Jure (Stockholm) och Nya Musik & Mission (Jönköping). I Stockholm och Göteborg finns SF-bokhandeln.

Gruppen obundna bokhandlare är heterogen, men det är uppenbart att framgång för dessa förutsätter antingen stora volymer och/eller specialisering. Lokalt monopol kan också vara bra, även om bokförsäljning per capita visat sig må bra av att det finns mer än en butik på orten.

Varifrån får bokhandeln sina böcker?

Framgångsrik och lönsam handel förutsätter god försäljnings- eller leveransberedskap med så litet kapital som möjligt bundet i lager. Detta påverkas naturligtvis av bra inköp och långa leverantörskrediter, men också av möjligheten att få snabba leveranser till rimliga kostnader. Den svenska bokhandeln karakteriseras knappast av hög lageromsättningshastighet. Under två (det vill säga halva årsomsättningen i lager) är inte ovanligt, och det är fortfarande inte många som uthålligt klarar över tre.

Butiksdatorisering har givit bokhandlaren bättre verktyg att hålla kontroll över lagret och att göra säkrare inköp, men verksamheten är fortfarande beroende av effektiviteten i distributionen. Fraktfrågor har återkommande stått på dagordningen när bokhandlare och bokförläggare träffats ända sedan den tid då höstens utgivning i Stockholm inte blev julböcker förrän året därpå i butikerna i övre Norrland.

Bonniers, Liber, Natur och Kultur har sina egna lager- och distributionsanläggningar och säljer i viss utsträckning dessa tjänster till andra förlag. Många mindre förlag sköter sin distribution själva för att slippa avstå pengar till distributörerna. Dessa förlag drabbades av avskaffandet av Postens s k kulturporto sommaren 2003, vilket innebar en fördubbling av deras portokostnader.

Seelig har under många år spelat en central roll i den svenska bokbranschen. Företaget är fortfarande landets enda bokgrossist. Seelig är dessutom distributör åt ett krympande antal förlag, och fram till 2001 skötte man också frakterna till bokhandeln även från andra distributörer. Seelig har svarat för informationstjänster (centrallagerkatalogen, sedan 1999 en nättjänst), tagit fram hjälpmedel för bokhandeln att sköta sina lager och inköp, samt haft en omfattande bokimport. Seelig datoriserade tidigt sin egen verksamhet, och 1981 introducerades till bokhandelns hjälp lagerstyrningssystemet BORIS. Det var en utveckling av SRO (Seeligs reordersystem, ej datoriserat i bokhandeln) till vilket de flesta bokhandlare var anslutna för lager- och sortimentsstyrning. 1990 efterträddes BORIS av den s k katalogdatorn KLOKA, som dock inte blev någon ekonomisk framgång.

Seelig startades redan 1848 och efter flera ägar-

skiften kom företaget att från 1917 ägas av bokhandlare. Flera gånger har bokhandlarröster höjts för att Seelig skulle ägas av Bokhandlareföreningen. Så har dock aldrig blivit fallet (så när som på en liten minoritetspost). Ägarfrågan har dock ofta varit föremål för diskussion, inte minst sedan Liber köpte 10 procent av aktierna 1975. I samband med stora lönsamhetsproblem i början på 1990-talet gick Bokia in som stor ägare, och 1998 såldes företaget till Bibliotekstjänst.

Förlagssystem i Falun (med huvudkontor i Stockholm) startades 1989, för att sköta distributionen åt några bokklubbar och ett fåtal förlag. Företaget har idag över hundra förlag bland sina uppdragsgivare, många är förlag som tidigare anlitat Seelig. Förlagssystem svarar för ca 25 procent av distributionen av allmänlitteratur i Sverige, och under sommaren 2003 öppnades en terminal i Västerås sedan man också fått ICA-förlaget som kund. Förlagssystem ligger tekniskt i frontlinjen och planerar för en ökning av den elektroniska handeln med återförsäljarledet.

Sedan Seelig lagt ned speditjonsverksamheten 2001 träffade bokhandlarna ett avtal med Posten. Detta avtal sades emellertid upp redan efter några månader. Efter en ny upphandlingsrunda i Bokhandlareföreningens regi handhas speditionen sedan 2002 av transport- och logistikföretaget Schenker. Idag sker sk samtaxering (fraktsatsen samordnas per terminal för Förlagssystem, Seelig, Samdistribution, Förlagsdistribution och Liber Distribution). Under sommaren 2003 övergick man till crossdocking, det vill säga samlade leveranser från fler terminaler. Samordningen har krävt vissa insatser från distributörernas sida.

Förutom snabbhet i leveranserna är det en fördel för handeln att ha få orderpunkter. Det vill säga kan man beställa alla sina böcker från ett och samma ställe, även om de sedan levereras från olika håll, förenklas beställningsarbetet.

Bokbranschens Marknadsinstitut

Innan kedjorna kommit igång med sina marknadsföringsmaskiner, sköttes mycket av marknadsföringen gemensamt mellan förlag och bokhandel.

Svensk Boktjänst, som bildats 1931 för att ha en i branschen central reklamproduktion, uppgick 1970

i det då startade Bokhandelns Serviceinstitut. BSI skulle svara både för utbildning och marknadsföring. Det senare bröts dock ut redan 1971 för att handhas av Bokbranschens Marknadsinstitut, BMI, ett av Bokförläggare- och Bokhandlareföreningarna samägt företag, som skulle svara för katalogproduktion och läs- och bokfrämjande reklaminsatser och aktiviteter. Innan kedjorna under 1980-talet började producera egna kataloger, var BMI:s kataloger branschens, de som alla använde.

1986 sålde Bokhandlareföreningen sin del till bokförläggarna. BMI:s ställning förändrades i och med att kedjorna ville sköta sin reklamproduktion själva, en källa till stor oro bland de obundna bokhandlarna. 1987 tog BMI initiativ till att bokhandeln skulle arbeta med Barnboksveckan tillsammans med biblioteken, för att med hjälp av kataloger, författardeltagande och butiksmaterial aktivera barnboks försäljningen.

År 1994 såldes BMI till personalen. Företaget har producerat en årlig rekatolog till de obundna bokhandlarna och Årets Böcker, som köpts av en del kedjebokhandlare. Under 2006 kommer företaget enligt uppgift att säljas alternativt avvecklas då efterfrågan på företagens produkter minskat kraftigt.

En starkare bokhandel

Bokbranschens avreglering har som framgår förskjutit beslut och därmed maktförhållanden i branschen. Detta gäller inte bara prissättningen utan också inköps- och marknadsföringsbeslut. Bokhandeln har idag en mycket självständigare roll gentemot sina leverantörer än för trettio år sedan. Förlagen kan inte längre betrakta bokhandeln som sitt, att fritt disponera för att distribuera sina böcker. Bokhandeln är förlagens kunder, och de som lärt sig vad det innebär för affärer och umgänge, kan se resultatet i sin försäljningsutveckling. Bokhandelns professionalisering, med avseende på marknadsföring, ekonomi (tex kalkylering och lagerstyrning) och företagsledning har därmed inneburit ett mer jämnt förhållande mellan branschens parter.

Samtidigt har synen på bokköparna, de slutliga kunderna, förändrats, och strävan att locka till sig och stimulera butikernas besökare har gjort den svenska

bokhandeln till en mer inspirerande marknadsplats idag än vad den var 1970. För dem som kallar denna utveckling kommersialisering, och däri ser något oroande och negativt, bör påpekas att det handlar om trägna ansträngningar från bokhandelns sida, delvis med förlagens hjälp, att bättre söka tillfredsställa sina kunders behov, så att de återkommer oftare, köper fler böcker och läser mer.

2.2 Bokkonsumtionen i Sverige

av Lars-Erik Linder

Den totala svenska bokmarknaden omsätter idag uppskattningsvis ca 7 miljarder kronor. Någon sammanfattande, heltäckande statistik finns inte som omfattar all försäljning till slutkonsument. Men genom att samla in information från flera olika källor kan en rimlig uppskattning göras.

Svenska Förläggareföreningens årliga statistik över medlemsförlagens utgivning och försäljning, som i sin nuvarande form funnits i flera decennier, är den viktigaste. Statistiska centralbyrån har en del statistikuppgifter om bokproduktion, förläggeri och bokdetaljhandel. Dessvärre ger dessa huvudkällor ingen egentlig totalbild. Ytterligare information behövs.

TABELL 1. Uppskattad försäljning i tusental kronor, 2005, för olika grupper av återförsäljare.

	Kkr	procent
Bokhandel	2 550	37,2
Internetbokhandel	700	10,2
Stormarknader	650	9,5
Andra återförsäljare	650	9,5
Bokklubbar	1 000	14,6
Förlagens direktförsäljning	1 300	19,0
Summa	6 850	100,0

Källa: Internt pm Akademibokhandeln.

Denna tabell är tänkt att omfatta all försäljning, men det är inte omöjligt att ytterligare volym kan finnas. Huvuddelen av materialet grundar sig dels på kända siffror, dels på vissa antaganden, som förstås kan visa sig vara felaktiga.

Kommentarer per försäljningskanal redovisas i det följande. Det bör observeras att import av böcker (motsvarande ca 400-500 Mkr) ingår i materialet under respektive kanal.

Bokhandeln

I denna kategori ingår endast fysisk bokhandel. Försäljningen omfattar utöver försäljning till den bokläsande allmänheten också en betydande volym försälj-

ning till studenter, komvux-elever, bibliotek, skolor, företag och institutioner.

Bokhandelns försäljning ökade kraftigt i samband med bokmomssänkningen den 1 januari 2002 och har därefter legat kvar på denna högre nivå. Det senaste året (2005) innebar emellertid en något lägre försäljning till studenter (2-3 procent) som dels blivit färre, dels köper färre böcker. Vidare har den institutionella marknaden minskat på grund av lägre anslag. Internetbokhandeln har haft stora framgångar i dessa segment. Försäljningen till allmänheten gick dock bra det första kvartalet 2006.

Internetbokhandeln

De största aktörerna, Adlibris och Bokus, omsätter tillsammans troligen mer än 550 Mkr och ökar nu sin försäljning. Förutom några mindre svenska företag säljer också den amerikanska internetbokhandeln Amazon U.K., men även andra utländska aktörer, ett stort antal böcker till den svenska bokmarknaden.

Under 2006 års tre första månader har internetbokhandeln ökat kraftigt dels genom ett omfattande priskrig på kursböcker, dels genom en ökande reaförsäljning under den stora februarirean. En försiktig uppskattning ger vid handen att denna försäljning motsvarar ca 700 Mkr, motsvarande ca 10 procent av marknaden. En andel på 12-15 procent på årsbasis är inte en omöjlighet redan detta år (2006).

Stormarknader

De stora aktörerna i denna grupp är COOP, ICA och Åhléns. Bokförsäljning förekommer också hos Bergendahlsgruppen (City Gross), Willys m fl. Totalt säljer man böcker för ca 650 Mkr. Det senaste året har gruppen inte ökat totalt. COOP har efter några svaga år ökat sin andel, till viss del genom att ett stort antal medelstora och små butiker numera säljer pocket och deltar i februarirean. Stormarknaderna arbetar mest med bestsellers som titlar av Dan Brown och Harry Potter-böckerna. Detta sortiment prissätts lågt av samtliga kanaler, vilket gör att försäljningen via stormarknader kan uppvisa stora svängningar mellan åren beroende på utgivningen.

Andra återförsäljare

I denna grupp återfinns två olika typer av handlare. Den största volymen kommer från företag som säljer skolböcker i parti direkt till kommuner. Vidare finns det aktörer som enbart arbetar med biblioteksutrustade böcker till främst folkbibliotek men även till andra. Denna grupp återförsäljare har de senaste åren fått kraftig konkurrens från internetbokhandeln. Bland övriga återförsäljare återfinns också ett antal större leksakshandlare, butikskedjor som t ex Rusta, dessutom bensinmackar och kiosker. En viss försäljning sker också till antikvariat och utförsäljningsbutiker. Möjligen är denna kundgrupp något underskattad i sammanhanget.

Bokklubbar

De bokklubbar som ägs av medlemmar i Svenska Förläggareföreningen har de senaste åren minskat sin försäljning något. Detsamma men i större omfattning gäller sannolikt klubbar ägda av förlag som inte är medlemmar i föreningen. Några enheter har minskat drastiskt. En vanlig beskrivning är att nischbokklubbar går bra medan allmänna klubbar har viss minskning av försäljningen. Internetbokhandeln är en postorderförsäljning med låga priser och mycket brett sortiment. För bokklubsmedlemmar är den här typen av erbjudanden naturligtvis intressanta då man dessutom slipper se negativ option, det vill säga tackar man inte uttryckligen nej accepterar man köp.

Förlagens direktförsäljning

Den största försäljningen som går direkt från förlagen avser skolböcker. Uppslagsböcker, juridik- och lagböcker och allmänna större verk säljs också direkt till slutanvändare/konsument. Åtskilliga förlag säljer också böcker direkt till privatpersoner.

Vad kan vi vänta oss av framtiden?

Ingen vet förstås, men låt oss göra en del antaganden. Med all sannolikhet kommer internetbokhandeln att öka sin marknadsandel. För detta talar den ökade tillgången till internet/bredband hos hushållen och en fortsatt låg prisnivå.

Försäljningen via stormarknader, varuhus och livsmedelsbutiker kommer att öka när antalet butiksenheter ökar. Andra varor än livsmedel där marginalerna är högre intresserar dessa företag, men här finns många produkter att välja bland – inte bara böcker – även om bokerbjudandena de senaste åren varit många och prisvärda.

Andra återförsäljare kommer sannolikt inte att öka sina marknadsandelar då internetbokhandeln och direktleveranser från förlagen ökar kraftigt.

Bokklubbarna kan få det svårt och måste ta nya grepp.

Den fysiska bokhandeln riskerar att tappa andelar till främst internetbokhandeln.

Hur följer vi upp detta?

För såväl förlagen som för bokhandeln är det självklart mycket viktigt att ha goda kunskaper om bokmarknaden. Inte minst gäller det att ha tillgång till en så heltäckande och detaljerad försäljningsstatistik som möjligt. Sedan en tid tillbaka samarbetar Svenska Förläggareföreningen och Svenska Bokhandlareföreningen i detta syfte. En gemensam statistikgrupp har inrättats, som har till uppgift att finna nya och bättre lösningar för faktainsamlingen.

Bokhandelsgruppernas marknadsandelar

Försäljningsutvecklingen i bokhandeln under åren 2001/02 till och med 2004/05 har som tidigare påpekats påverkats starkt av bokmomsänkningen den 1 januari 2002. Ett antal boklådor har bytt gruppering framförallt från Bokia till JB-Gruppen och Akademi-bokhandelsgruppen. I tabell 2 här nedan redovisas gruppernas totala försäljning av alla varor det vill säga förutom böcker också pappers- och kontorsvaror, CD-skivor etc. Tabellen visar gruppernas inbördes storlek och den relativa förändringen under perioden.

TABELL 2. Bokhandelns 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	
	Mkr	Index	Mkr	Index	Mkr	Index	Mkr	Index
Bokia	776	100	842	109	837	107	750	96
JB-gruppen	435	100	487	112	513	118	597	137
Ugglan	115	100	130	113	138	120	154	134
Service- bokhandeln	51	100	61	119	58	113	64	125
Övriga	363	100	391	108	398	110	398	110
Akademibok- handelsgruppen	889	100	1065	120	1101	124	1139	128
Summa	2634	100	2979	113	3046	116	3106	118
Kurs	181	100	211	117	230	127	236	131
Summa	2815	100	3190	113	3276	116	3342	119
Internet	215	100	209	97	267	124	382	178
Totalt	3030	100	3399	112	3544	117	3724	123

Källa: MM Partner AB

Totalmarknaden (2001-2004)

Bokhandeln har under perioden ökat med ca 20 procent. Lägg internetbokhandeln till närmar sig denna grupp 25 procent. Under perioden har övriga varor som säljs genom bokhandeln inte ökat nämnvärt, vissa sidosortiment har till och med minskat. Under 2005 har bokhandeln troligen minskat sin försäljning med 2-3 procent enligt branschföreningarnas statistik (det vill säga Svenska Bokhandlareföreningens respektive Svenska Förläggareföreningens statistik). Inledningen på 2006 har varit relativt bra och bokhandeln ligger alltså på en klart högre nivå än före momssänkningen.

Bokia

Gruppen nådde nära 850 Mkr i omsättning under åren 2002 och 2003. Den kraftiga nedgången 2004 förklaras främst av att ett antal företag lämnade Bokia

och gick över till JB-Gruppen. Några företag har också sålts till andra, främst till Akademibokhandelsgruppen. Någon försäljningsminskning i den grupp av bokhandlar som stannat kvar i Bokia under perioden kan inte noteras.

JB-Gruppen

Till gruppen har ett antal nya medlemmar anslutit sig och gruppen närmar sig nu Bokia i storlek. JB-Gruppen och Bokia omsatte 2001 motsvarande 1 211 Mkr och 2004 motsvarade 1 347 Mkr – en ökning med ”bara” 11 procent mot bokhandelns totala ökning på 20 procent. Flera enheter har under perioden köpts av Akademibokhandelsgruppen.

Ugglan och servicebokhandeln

Dessa boklådor har haft en bra försäljningsutveckling under perioden trots avfolkningen av glesbygden, där de ofta finns, och sämre statligt stöd. Även denna grupp har såväl tappat som fått nya medlemmar.

Övriga

I denna grupp ingår boklådor som inte är med i grupperna redovisade ovan samt specialbokhandel som SF-bokhandeln, missionsboklådor och barnbokhandel. Det största företaget är Pocket Shop. Andra stora enheter är NK Bokhandel, Hedengrens och Bok-Skotten.

Akademibokhandelsgruppen

Företaget har ökat sin omsättning med mer än ca 30 procent jämfört med bokhandeln totalt, som ökade med 20 procent. Bakgrunden till detta är ett antal förvärv och ett par nyetableringar samt att andelen böcker av totalförsäljningen är betydligt större än hos bokhandeln i allmänhet.

Kursbokhandeln

Momssänkningen gav en snabb och tydlig effekt på inköpen av kursböcker. Under 2005 vet vi att försäljningen till studenter gått ned, dels på grund av färre studieplatser, dels på grund av ökat elektroniskt material, kompendier och – inte minst – kopiering. Detta är en mycket oroande utveckling, vilken kommer att förstått att skapa problem för denna typ av butik, men också förstås för kursboks-förlagen.

Internetbokhandeln

Mätperioden inleddes med att Bokus upphörde med sina verksamheter i Danmark, Norge och Finland. AdLibris startade med en dramatisk ökning och har nu nått ca 300 Mkr i omsättning (2005). En joker i leken är den amerikanska internetbokhandeln Amazon, som sannolikt har en betydande försäljning till svenska kunder.

TABELL 3. Bokhandelns relativa andelar i procent avseende total bokhandelsförsäljning, det vill säga böcker plus sidosortiment.

Bokhandelsgrupper	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05
Bokia	26	25	24	20
JB-Gruppen	14	14	14	16
Ugglan	4	4	4	4
Servicebokhandeln	2	2	2	2
Övriga	12	12	11	11
Akademibokhandelsgruppen	28	31	31	30
Kursbokhandeln	6	6	6	6
Internet	7	6	8	10
	100	100	100	100

Källa: MM Partner AB

Distribution och artikeldatabaser

Frakter

Svenska Bokhandlareföreningen tecknad 2002 ett avtal med transport- och logistikföretaget Schenker, vilket i princip omfattar alla frakter till och från bokhandeln. Det ålderdomliga systemet med Seelig som mellanhand ersattes med ett bokhandelsägt avtal, som innebar att fraktkostnaderna för bokhandeln minskade med 8-10 Mkr per år. Inledningsvis fanns en del inkörningssvårigheter, t ex problem knutna till förändringar i datasystem etc. Nu fungerar det hela emellertid tillfredsställande. Utvidgningen av crossdocking, det vill säga samlade leveranser från fler terminaler (nu Samdistribution, Liber, Förlagssystem, Förlagsdistribution och Seelig) är angelägen och har påbörjats.

Under perioden 2001-2004 har den fysiska bokhandelns resultat minskat med mer än 20 Mkr samtidigt som fraktkostnaderna har gått ned med 8 Mkr.

Grossister

Grossisten Seelig har under de fyra studerade åren förändrats betydligt. Sedan speditionsverksamheten lades ned och fraktverksamheten gick förlorad har bokhandeln minskat sina köp från Seelig grossist. Detta har mer än väl kompensats av försäljning till

AdLibris, Bokus och övriga internetbokhandlar. Vidare har Akademibokhandeln ökat sina köp bl a genom att Seelig sköter delar av detta företags butikslogistik.

Pocketgrossisten är en annan viktigt aktör, men endast på sin begränsade marknad och är inte någon egentlig konkurrent till Seelig.

Förlagssystem, som skeppar ut nära nog lika många böcker som Bonniers Samdistribution, har deklarerat sin avsikt att bli grossist. När detta ska ske och vilken titelbredd man har för avsikt att nå är ännu okänt.

Artikeldatabaser

Seeligs artikeldatabas Sesam ingår numera i BTJ-Nordic. Basen registrerar varje år ca 9 000 nya artiklar av de ca 14 000 nya ISBN (böcker över 48 sidor) som Kungliga biblioteket registrerar varje år.

Bokrondellen som ägs av Bonnierförlagen, Norstedts Förlagsgrupp, Natur och Kultur samt Förlagssystem registrerar ca 7 000 titlar per år sedan starten 2004. För bokhandeln innebar Bokrondellens inträde på marknaden att kostnaden för artikelinformation kraftigt minskade. För många bokhandlar blev det dock nödvändigt att ta in båda artikeldatabaserna under en övergångsperiod. Idag är det betydligt billigare att abonnera på båda artikeldatabaserna än vad det var att enbart ha Seeligs databas för några år sedan.

3. En analys av dagsläget

av Lars-Erik Linder

Utvecklingen för jämförbara enheter – Hur går det för bokhandeln?

Tidigare har redovisats bokhandelsgruppernas totala utveckling under perioden 2001–2004. Försäljningsvolymer och resultat är naturligtvis beroende av förändringar i gruppernas sammansättning - genom förvärv och nyetableringar. Genom att utgå från senaste räkenskapsåret (oftast 2004/05) och därefter följa och analysera gruppernas resultat för fyra år, oavsett tidigare grupp tillhörighet, kan bokhandels utveckling under perioden redovisas. Alla butiker som tillhörde t ex Bokia 2004/05 räknas under alla fyra åren in i Bokia i tabell 1 och 2. Akademibokhandels resultat under perioden utgår då företaget var ett kommissionärsbolag under de första åren i jämförelseperioden och företagets siffror därmed inte var tillgängliga.

Allmänbokhandeln

Totalt har allmänbokhandeln under perioden ökat sin försäljning med 10 procent. Eftersom andelen bokförsäljning utgör ca 60 procent kan antas att bokförsäljningen ökat med 15-20 procent medan övriga produktgrupper sammanlagt inte ökat, det vill säga med hänsyn tagen till att inflationen snarast gått ned. Detaljer i tabell 4 omfattande de fyra bokhandelsgrupperna – Bokia, JB-Gruppen, Ugglan och servicebokhandeln – har utvecklats på ett likartat sätt. Övrig bokhandel har ökat något mer. Detta beror främst på att några större aktörer i denna grupp har en större andel bokförsäljning än 60 procent. Effekten kan främst härledas från Pocket Shop, SF-bokhandeln och Bok-Skotten.

Kursbokhandeln har under perioden ökat sin försäljning, men mindre än internetbokhandeln som ökat sin försäljning mycket kraftigt.

Totalt tappar Bokia, JB-Gruppen, Ugglan och servicebokhandeln andelar av den sammanlagda försäljningen.

Resultatutveckling

Resultatet (efter finansiella poster, men före skatt) redovisas i tabell 5. Tabellen visar att de två stora fri-fackkedjorna Bokia och JB-Gruppen tappat hälften av

sitt resultat trots att försäljningen under perioden har ökat. Även Ugglan och servicebokhandeln har sämre resultat 2004/05 jämfört med 2001/02 medan övrig bokhandel i stort sett behåller resultatnivån under perioden.

Bokia

Resultatförsämringen för Bokia kan i huvudsak härledas från ett tiotal företag. Avsikten är här emellertid inte att gå in på enskilda företags utveckling utan att försöka bedöma gruppens utveckling i stort. Resultatförsämringen kan bero på olika saker. En del tillfälliga resultatförsämringar kan på sikt vara resultatförbättrande, som t ex installation av ny inredning eller butiksdatasystem. Etablering av filialer kan ibland vara kostsamt och har i något fall lett till butiksnedläggning. Ägarförändringar kan kräva stora uttag ur ett företag och även privata sådana kan påverka resultatet.

Utan att gå in på detaljer är sannolikt en del av Bokia-butikernas resultatapp att hänföra till extraordinära händelser dock att Bokias totala resultatnivå har gått ned.

JB-Gruppen

Även JB-Gruppen har tappat resultatmässigt under perioden 2001-2004, trots en försäljningsökning på 8 procent. Samma resonemang kan föras som när det gäller Bokia. Relativt sett svarar även i JB-Gruppen ett tiotal butiker för den kraftiga resultatförsämringen. Frågan för Bokia och JB-Gruppen är om nedgången var tillfällig eller bestående. Först när boksluten från april 2006 är klara, det vill säga i november 2006, står detta klart.

Ugglan och servicebokhandeln

Dessa två grupper har tappat mindre i resultat än Bokia och JB-Gruppen. Ugglan ligger något sämre till än servicebokhandeln.

TABELL 4. Försäljning under mätperioden - jämförbara enheter.

	2001/02		2002/03		2003/04		2004/05	
	Mkr	Index	Mkr	Index	Mkr	Index	Mkr	Index
Bokia	642	100	682	106	685	107	702	109
JB-Gruppen	556	100	604	109	610	118	599	108
Ugglan	130	100	139	107	146	120	143	110
Service- bokhandeln	51	100	55	108	55	113	54	106
Övriga	356	100	381	107	402	110	405	114
Summa	1735	100	1861	107	1898	118	1903	110
Kurs	178	100	193	108	199	127	209	117
Internet	215	100	209	97	267	124	382	178
Summa	2128	100	2263	106	2364	119	2494	117

Källa: MM Partner AB

Övrig bokhandel

Resultatutvecklingen är för denna grupp bättre än för Bokia och JB-Gruppen. Inom gruppen varierar utfallet kraftigt. Stora välskötta företag förbättrar sina resultat medan andra har betydande problem av samma karaktär som Bokia och JB-Gruppen. Fem av gruppens 45 företag svarar för 18 av de 21 resultatmiljonerna.

Kursbokhandeln

Denna företagsgrupp har till synes en bra resultatutveckling, men det ska observeras att ett enda företag i stort sett ligger bakom förändringen. Huvuddelen av företagen är studentägda och har en relativt låg lönsamhet vilket med lägre studentantal och ökad konkurrens kan leda till avsevärda problem i framtiden.

Internetbokhandeln

Ägarförändringar och omstruktureringar gör att resultatutvecklingen inte är intressant i sig. Det anmärkningsvärda är att gruppen numera visar positivt resultat på samma nivå som Bokia och JB-Gruppen.

Sammanfattning

Efter en rejäl vinstförbättring året 2002/03, sannolikt till stor del beroende på bokmomssänkningen den 1 januari 2002, har den fysiska bokhandeln betydligt lägre resultat än vid periodens start. Bakgrunden till detta kan vara tillfälligheter, som kommer att rätta till sig. Det finns dock anledning att tro att resultat tappet även beror på konkurrens från internetbokhandeln men också i allt högre grad från förlagens direktförsäljning. För förlag utan bokklubbar och internetförsäljning måste situationen vara oroande. Egen direktförsäljning och nya kanaler kanske inte ökar marknadens storlek utan leder till att den största försäljningskanalen får problem.

Detaljanalys

Tidigare kunde konstateras att bokhandelns resultat under perioden har gått ned trots en ökad försäljningsvolym. För att få en mer detaljerad bild av orsakerna till försämringen har MM Partner AB gjort en analys av de 245 bolag som har en kostnadslagsindelad resultaträkning.

Även en analys över skillnader i utveckling för små, medelstora och stora butiker har analyserats. Följande grupper resultat har analyserats:

Butiker med lägre än 8 Mkr i årsomsättning
 8 – 19,9 Mkr i årsomsättning
 > 20 Mkr i årsomsättning

Fortsättningsvis har vi valt att diskutera tre grupper, Bokia, JB-Gruppen och övrig bokhandel. Grupperna Ugglan, servicebokhandeln och kursboklådor är viktiga lokala boklådor men utgör inte mer än 12 procent av hela bokhandelsmarknaden.

Akademibokhandelsgruppen var under periodens första år ett kommissionärsbolag, vilket gör att företagets siffror inte är tillgängliga, dessutom redovisas inga andra detaljer för företagets butiker.

Ytterligare några nyckeltal redovisas ur den framtagna analysen, nämligen:

Bruttovinstutveckling

Personalkostnader

Övriga externa kostnader

Varulagrets omsättningshastighet

TABELL 5. Bokhandels resultat före skatt över perioden – jämförbara enheter.

	2001/02 Mkr	2002/03 Mkr	2003/04 Mkr	2004/05 Mkr
Bokia	22,5	27,5	18,0	9,8
JB-Gruppen	19,4	22,9	18,5	11,7
Ugglan	5,5	5,6	3,1	3,6
Service- bokhandeln	2,2	2,7	1,7	2,4
Övriga	20,4	22,7	22,1	21,1
Summa	70	81,4	63,4	48,6
Kursbokhandel	0,1	-0,5	0,8	3,9
Internet	-133,9	-19,9	4,9	8,9
Summa				

Källa: MM Partner AB

Bruttovinstutveckling

Under perioden har bruttovinsten (företagets nettoinkomst efter varukostnad) för företagen varit relativt stabil. De små och medelstora enheterna har ökat sin bruttovinst med ca 1 procent. För dessa grupper ligger bruttovinsten på 42–43 procent. För övriga varor är bruttovinsten något större, papper- och kontorsvarusortimentet medan CD/musik ger lägre bruttovinst (ca 25 procent).

Gruppen med omsättning över 20 Mkr visar en mer splittrad bild. Bokias och JB-Gruppens butiker har en lägre bruttovinst än små och medelstora butiker. En orsak kan vara att de möter hårdare lokal konkurrens. Gruppen övrigas stora enheter visar ökande bruttovinst (ca 44 procent). Ett fåtal enheter ingår i denna grupp vilket gör att någon klar slutsats inte kan dras.

Personalkostnader

För huvuddelen av grupperna har personalkostnadernas andel av totalintäkten ökat med 2–2,5 procent. Den ökande försäljningen under perioden kan ha medfört högre personalkostnader. Likaså har öppettider per dag, söndagsöppet m m, ökat de senaste åren.

Övriga externa kostnader

Praktiskt taget alla grupper utom små Bokia-butiker har fått en kostnadsökning som utgör 2 procent av totalintäkten. En stor del av denna kostnadsgrupp är hyra, el och städning. Samtliga dessa kostnader har ökat under perioden medan fastighetsbolag och elproducenter visat mycket goda resultat.

Sammanfattningsvis kan konstateras att ca 1 procent bättre bruttovinst helt äts upp av 2–2,5 procent högre personalkostnader och 2 procent övriga externa kostnader.

Varulagrets omsättningshastighet

För i stort sett alla grupper har omsättningshastigheten gått ned något. Relativt sett få butiker når nyckeltalet 3. Eftersom försäljningen ökat betydligt under mätperioden kunde man förvänta sig att lageromsättningshastigheten skulle ha ökat.

Nyckeltalet visar hur många gånger per år som varulagret omsätts. En låg omsättningshastighet innebär att stort kapital binds i varulagret och indikerar också risk för att delar av lagret består av sk hyllvärmare som sannolikt måste reas bort eller kasseras.

Talet anges i gånger per år och beräknas enligt formeln

Kostnader för handelsvaror

Varulager vid årets slut

Bokhandelns resultat har minskat på grund av kostnadsökningar som är svåra att påverka. Löneökningar enligt avtal och hyreshöjningar måste mötas med rationalisering och intäktsökningar.

4. Bokhandelns framtid

av Lars-Erik Linder

Bokhandelns död?

Bilden av bokens och därmed bokhandelns nära förestående död har frammanats av pessimistiska experter ett stort antal gånger de senaste decennierna. Orsakerna har varierat men genomgående har tekniska framsteg skapat nya möjligheter för informations-spridning och underhållning. TV med fler och fler kanaler, video, CD-spelare, MP3-spelare och elektroniska böcker tillgängliga på internet har ibland lett till undergångsstämning. Ändå har boken och bokhandeln överlevt.

En annan källa till oro är att alternativa försäljningskanaler som bokklubbar, varuhus, kiosker, bensinmackar, livsmedelsbutiker och andra, har kommit in på bokmarknaden, tagit andelar, försvunnit och kommit igen. Det senaste stora hotet är internetbokhandeln som naturligtvis måste tas på stort allvar eftersom böcker är den huvudsakliga vara de handlar med, böcker är inte en lockvara för att sälja mer livsmedel t ex.

När det statliga kreditstödet upphörde 2003 fanns naturligtvis en oro för vad de förändrade förutsättningarna skulle kunna innebära. Vid en bedömning idag kan man konstatera att det inte går att särskilja vilken påverkan på bokhandelsbeståndet eller dess utveckling som borttagandet av det statliga stödet haft. Ett rimligt antagande är dock att de marknads-mässiga förändringarna är och har varit mer avgörande. Vilka de långsiktiga effekterna av stödets borttagande kommer att innebära är det i dagsläget för tidigt att bedöma.

Hot och möjligheter

Vi börjar med hoten och konstaterar att internetbokhandeln sannolikt tagit en rejäl bit av den fysiska bokhandelns marknad. Bokköparen kan "bläddra" i böcker och få en rejäl information om en boks innehåll. Visserligen kan man inte ta med boken hem direkt men redan efter någon/några dagar dunsar den ned i brevlådan eller måste avhämtas hos närmaste postombud. Digitalt lagrade böcker har funnits ett antal år men har ännu inte slagit igenom. Nya "läsmaskiner" är dock på gång och kommer att lanseras under 2006.

Det har aldrig sålts så många böcker i Sverige som

nu, konstaterade Bokpriskommissionen, som följde försäljningsutvecklingen från den 1 januari 2002 till den 31 december 2004, det vill säga de tre första åren efter bokmoms-sänkningen (från 25 procent till 6 procent). Den redan omfattande bokläsningen håller sig på hög nivå – även vid en internationell jämförelse.

Ett livslångt lärande innebär också att behovet av litteratur kommer att öka. Allt fler skaffar sig högre utbildning samtidigt som vi på sikt får en ökad fritid.

Internetbokhandeln

Försäljningen genom denna kanal har de senaste fem åren ökat dramatiskt. Från 3–4 procent av totalmarknaden är man nu på väg mot 15 procent. Boken är sannolikt den för internethandel mest lämpade fysiska produkten. Stora databaser med ett internationellt artikelnummersystem (ISBN) gör att all världens böcker är lättillgängliga för kunden. Tekniken medger alltmer information och möjligheten att "bläddra" finns redan tekniskt på ett ökande antal boktitlar. Mer om detta senare. En icke obetydlig framgångsfaktor för internetbokhandeln är låga priser och snabba leveranser. Fortfarande är emellertid den fysiska bokhandeln snabbare när boken finns i lager. En viktig åtgärd för den fysiska bokhandeln är därför att ha ett brett sortiment i lager snarare än stora högar av bestsellers som ofta blir utsatta för priskonkurrens från alla övriga kanaler.

Viktigt för den fysiska bokhandeln i framtiden är att ha samma titelkännedom via databaser som internethandeln och att snabbt kunna skaffa fram böcker som inte finns i lager. En uppenbar lösning kan vara att skaffa sig egna internetresurser eller samarbeta med ett internetföretag.

Internetbokhandeln kommer sannolikt att i framtiden ta hand om akademisk litteratur och kvalificerad facklitteratur i ökad omfattning. Denna litteraturkategori kommer i ökande utsträckning att finnas i digital form.

Digitalisering

Digitalisering har det senaste året varit ett stort diskussionsämne i bokbranschen. Redan för femton år

sedan förekom vetenskapliga tidskrifter i digital form. Detta ledde till snabbare spridning och lägre produktions- och distributionskostnader. Stora databaser med goda sökmöjligheter byggdes upp och universitetsbiblioteken behövde inte lagra stora pappersmängder. Man kan välja mellan att läsa på bildskärm eller att skriva ut en viss artikel. "Vanliga" böcker har i ökande omfattning producerats så att det finns en digital utgåva, men "läsverktyg" har saknats. De som har tillverkats har varit långtifrån användarvänliga. En vanlig PC med printer löser problemet bättre.

Det stora "sökmotor"-företaget Google har satt igång en omfattande digitalisering av biblioteksbestånd av främst sk "fria" titlar det vill säga där upphovsmannens rättighet har löpt ut och verket därmed är fritt. I samverkan med bibliotek har man diskuterat att gå vidare med titlar som inte är fria. Via Google kan man alltså söka efter böcker och i deras innehåll. Tillsvärdare kan man "bläddra" en sida åt vardera hållet från en sökt information. Några rejäla affärsmöjligheter finns troligen inte i detta. Man kan dock dels sälja fysiska produkter i konkurrens med bokhandel, dels tillhandahålla en boks innehåll elektroniskt. Google är emellertid inte ensamma om att intressera sig för digitalisering. Förutom Microsoft och Yahoo finns ett tyskt och ett gemensamt europeiskt projekt på gång.

Biblioteken är intresserade av digitalisering av flera skäl. Det växande bokbeståndet måste härbärgas (i lador ute i landet) men skall också vara snabbt tillgängligt för kunder, såväl forskare som studenter och allmänhet. Vissa böcker är värdefulla och kan lätt bli stulna (jfr Silverbibeln i Uppsala). Böcker, men främst tidningar och tidskrifter, är efter lång lagring i dåligt och ömtåligt skick och behöver på något sätt bevaras med en säker metod. Biblioteken ser alltså lägre kostnader framför sig samtidigt som man får en starkare position vid universiteten.

Ett antal problem kan noteras framförallt för den akademiska bokhandeln.

1. Forskare/lärare förser kollegor, studenter och bibliotek med information direkt i digital form.
2. Universitetsinstitutioner tar hand om lagring och distribution i digital form.

3. Förlag har redan böcker digitalt och kan klara sig utan mellanled.
4. Internetbokhandeln kan fungera som distributör. Såväl institutioner som förlag kan finna distribution vara dyr och komplicerad.
5. Den fysiska bokhandeln kan naturligtvis tillhandahålla elektronisk information. Kunderna har dock tillgång till såväl databaser som flerfärgsskrivare.

Risken är naturligtvis stor att den fysiska bokhandeln helt tappar denna marknad. Redan idag har flertalet svenska bokhandlar en relativt liten andel av denna typ av litteratur. Andra typer av böcker som redan delvis har gått över till elektronisk form är uppslagsverk och ordböcker. Kartböcker och reseguider är också produktgrupper som redan idag finns på nätet kostnadsfritt. Kokböcker på nätet kan vara praktiskt precis som en del andra handböcker. Risken finns, men allt händer inte omedelbart.

Bokkonsumtion

Aldrig tidigare har det sålts så mycket böcker i Sverige som nu. Och troligen har läsningen inte heller varit mer spridd eller i tid mer omfattande än nu. Läsandet i vårt land ligger också vid en internationell jämförelse på en mycket hög och stabil nivå. Ett par urskiljbara grupper i samhället uppvisar emellertid en fortsatt något lägre läsaktivitet. Det rör sig främst om unga pojkar och medelålders män. För att vi skall kunna fortsätta upprätthålla både hög bokkonsumtion och hög läsnivå generellt sett är det säkerligen bra att fundera över hur bokbranschen kan bidra till att läsintresset i dessa grupper kan ökas.

Samhällets ambitioner att ge fler unga människor utbildning och vidareutbildning och att vuxna människor skall få möjligheter till livslångt lärande leder förhoppningsvis till att intresset för läsning och böcker ökar ytterligare.

Fritiden kommer kanske inte att öka nämnvärt på kort sikt, men förr eller senare är med all sannolikhet 35-timmarsveckan här. Möjligheten att få mer tid för läsning ökar förstås då. Det sannolikt ökande arbetspendlandet ger också tillfälle till läsning. Gratistidningarna gör att de flesta läser på pendeltåg och bussar

på väg in mot arbetsplatserna. En god bok på hemresan finns det säkert utrymme för både i huvudet och i plånboken.

Pocketförsäljningen fortsätter att öka i bokhandeln. Aldrig har det funnits så många böcker till så låga priser att välja bland. Antalet nya ljudbokstitlar ökar också, liksom försäljningen.

Hur ska bokhandeln överleva?

Uppskattningsvis säljs ca 60 miljoner volymer böcker i Sverige varje år. Av dessa utgör kanske ca 50 titlar bestsellers med mer än 100 000 sålda exemplar vardera. Men dessa motsvarar faktiskt inte mer än 12–13 procent av all försäljning. Mycket av mediaindresset dras emellertid till dessa titlar. Den läsande allmänheten hittar många andra goda böcker att njuta av.

För att klara konkurrensen från internetbokhandeln som har ”alla” titlar i sitt sortiment och snabba leveranser bör den fysiska bokhandeln förse sig med ett brett sortiment som kunderna kan bläddra i och få med omedelbar leverans. Brett sortiment kräver en hel del arbete och ett butiksdatabasystem är en nödvändighet för att man ska veta vad som hänt och dra slutsatser inför nyhetsinköp. Systemen finns där och priset har som på det mesta i teknikväg gått ned (jfr platta bildskärmar för PC och TV). Idag finns ingen branschstatistik att jämföra med, vilket gör att en bokhandel ensam på sin ort kan missa en del titlar. Tidigare kom man igång med dessa sortiment efter ett tag, men idag finns alltid den fullsorterade internetbokhandeln till konsumenternas hjälp. Det gäller alltså att ha boken i lager om man vill sälja den. Förutom sortimentsval är påfyllning av lager viktig. Olika former av grossister blir allt viktigare för bokhandeln med brett sortiment. Om dessa grossister kommer att vara fristående, kedjeägda eller förlagsdistributörer har ingen betydelse. Huvudsaken är att bokhandeln får snabba påfyllningar för att kunna vara välsorterade.

Shopping är en alltmer omfattande fritidsaktivitet. Många gallerior har öppet mer än 360 dagar per år. Där vandrar kunder runt dagligen och där måste bokhandeln finnas.

Boken och bokhandeln kommer att överleva

Musikhandeln har de senaste åren tappat 40–50 procent av sina intäkter. Risken är mindre för bokhandeln, men som vanligt måste bokhandlarna vara på sin vakt och noga följa omvärldsförändringar.

Recepten för att på sikt få den fysiska bokhandeln i Sverige att överleva är säkert många. Men troligen ingår följande ingredienser i dem alla.

Behovet av att ha ett brett och aktuellt sortiment kan inte underskattas liksom att tillhandahålla snabba kompletteringar av efterfrågade titlar. Datorisering och rationalisering av allehanda rutiner är förstås nödvändigt. Lägg därtill bra affärsplaner, på platser just där kunderna finns och rör sig. Lyhördhet, flexibilitet och aktivitet således. Bokhandeln har helt unika förutsättningar. Det är dessa som skall utvecklas och förfinas. Att vända den negativa lönsamhetstrenden hos dagens bokhandel bl a genom att möta den allt hårdare konkurrensen, främst från internetbokhandeln, är alltså den utan tvekan viktigaste utmaningen för bokhandeln. BFI kommer även i fortsättningen att följa utvecklingen och i rapportform presentera analyser av den svenska bokhandeln. Inom bara ett par år kommer kunskap om hur väl bokhandeln har lyckats anta utmaningen att finnas.