

# BOOK MARKNADEN 2008

---

Rapport från Svenska Förläggareföreningen, SvF

# **Bokmarknaden 2008**

*Rapporten kan beställas från:*

Svenska Förläggare AB

Drottninggatan 97

113 60 STOCKHOLM

tfn 08-736 19 40

info@forlaggare.se

© Författarna och Svenska Förläggareföreningen

Redaktör Barbro Waldenström

Grafisk form Majbritt Hagdahl

Tryckt hos EO Grafiska, Stockholm 2008

Stockholm september 2008

ISBN 978-91-976255-5-5

## INNEHÅLL

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. Inledning</b>   | <b>5</b>  |
| <b>2. Den svenska bokmarknaden – en översikt</b><br><i>av Kristina Ahlinder</i>   | <b>6</b>  |
| <b>3. Bokmarknadens struktur och utveckling</b><br><i>av Kjell Bohlund</i>  | <b>9</b>  |
| <b>4. Bokhandeln</b><br><i>av Lars-Erik Linder</i>  | <b>22</b> |
| <b>5. Vad har hänt med bokpriserna och bokläsandet<br/>efter bokmomssänkningen 2002?</b><br><i>av Kristina Ahlinder</i> | <b>26</b> |

## PRESENTATION AV FÖRFATTARNA

***Kristina Ahlinder***      direktör, Svenska Förläggareföreningen

***Kjell Bohlund***        ordförande, Svenska Förläggareföreningen

***Lars-Erik Linder***      konsult, tidigare verksam i Akademibokhandelsgruppen,  
ESSELTE Bokhandel och Norstedts Förlag

# 1. Inledning

Den här rapporten handlar – som framgår av titeln – huvudsakligen om bokmarknadens ekonomiska utveckling. Vi vet av erfarenhet att den följs med intresse även från andra utgångspunkter än de ekonomiska – både litterära och kulturpolitiska – vilket är ett tydligt tecken på den centrala roll bokutgivningen spelar i vårt samhälle.

I den här typen av analyser utgör avgränsningar och definitioner alltid ett problem. Bokmarknaden är stor och heterogen, vilket framgår av Kristina Ahlinders artikel i kapitel 2. Denna rapport handlar till stor del om den del av bokmarknaden som med en branschterm brukar kallas allmänmarknaden, det vill säga sådana böcker som konsumenterna köper i bokhandeln, på nätet, i varuhus, bokklubb eller på andra försäljningsställen. Läromedel, importerade böcker samt böcker som sprids på annat sätt än genom att läsare köper dem ligger utanför denna analys. I kapitel 3 analyseras Svenska Förläggareföreningens branschstatistik mer i detalj, dess struktur och utveckling.

I Kristina Ahlinders artikel framgår att den totala bokmarknaden i Sverige omsätter ca 7 miljarder kronor. Den marknad vi beskriver i den här rapporten utgör ungefär 65 % av den totala bokmarknaden. Den omfattar svensk och översatt skönlitteratur, barn- och ungdomsböcker, fackböcker, uppslagsverk och ljudböcker.

Lars-Erik Linder arbetar i sin artikel om bokhandelns utveckling, kapitel 4, dock med ett bredare grepp. Här visas bokhandelns samlade försäljning, vilken utöver olika typer av böcker också inkluderar CD-skivor och kontorsmaterial. Detta minskar dock inte artikelns relevans för bokbranschen.

Kristina Ahlinder berör i kapitel 5 den underliggande förutsättningen för bokbranschen – läsningen. Trots många larmrapporter om sjunkande läsförståelse och ökad konkurrens om den begränsade tiden envisas bokläsningen i Sverige med att stabilt ligga kvar på en hög nivå. Momssänkningen 2002 och de pressade bokpriserna har bidragit till en positiv utveckling av läsning, bokutgivning och bokförsäljning.

*Kjell Bohlund*

Ordförande i Svenska Förläggareföreningen

## 2. Den svenska bokmarknaden – en översikt

av Kristina Ahlinder

I det här avsnittet vill vi ge en komprimerad översikt över den svenska bokmarknaden. Mer information i ämnet kan fås från flera olika rapporter som publicerats av Svenska Förläggareföreningen. Se föreningens hemsida [www.forlaggare.se](http://www.forlaggare.se).

### De svenska förlagens försäljning i ekonomiska termer och i antal volymer

Uppskattningsvis omsätter hela den svenska bokmarknaden drygt 7 miljarder kronor i konsumentledet – exklusive moms. I denna siffra inkluderas alla typer av böcker, allmänlitteratur såväl som läromedel. Däremot ingår inte annat som säljs i en bokhandel, t ex pappers- och kontorsvaror. I tabellen nedan görs en uppskattning av försäljningen fördelad på olika försäljningskanaler.

|                                      |                   | Andel av<br>marknaden |
|--------------------------------------|-------------------|-----------------------|
| Bokhandel                            | 2 500 miljoner kr | 35 %                  |
| Internet                             | 1 100 miljoner kr | 16 %                  |
| Varuhus och stormarknader            | 650 miljoner kr   | 9 %                   |
| Bokklubbar                           | 750 miljoner kr   | 11 %                  |
| Direktförsäljning till slutkonsument | 1 300 miljoner kr | 18 %                  |
| Andra återförsäljare                 | 800 miljoner kr   | 11 %                  |
| SUMMA                                | 7 100 miljoner kr |                       |

På samma sätt kan en uppskattning av det totala antalet försålda exemplar under ett år också göras. Grunden är Svenska Förläggareföreningens, SvF:s, och Föreningen Svenska Läromedels, FSL:s, respektive branschstatistik över medlemmarnas utgivning och försäljning. Till detta läggs en uppskattning av antalet försålda exemplar hos icke anslutna förlag.

|                          |                   |
|--------------------------|-------------------|
| SvF:s medlemmar          | 45 miljoner ex    |
| FSL:s medlemmar          | 7 miljoner ex     |
| All övrig bokförsäljning | 30–35 miljoner ex |

Av tabellen framgår att det totala antalet sålda exemplar i Sverige kan uppskattas till i runda tal 85 miljoner.

**Antal förlag – utgivare**

För att få en uppfattning om hur många förlag det finns i Sverige kan några olika källor användas.

|  |       |
|--|-------|
| Antal bokutgivare enligt Kungl. biblioteket      | 7 918 |
| Bokförlag enligt SCB, med SNI-kod 58110          | 1 955 |
| Antal litteraturstödssökande förlag <sup>1</sup> | 377   |
| Antal medlemmar i NOFF <sup>2</sup>              | 153   |
| Antal medlemmar i SvF                            | 68    |
| Antal medlemmar i FSL                            | 15    |

Som framgår av tabellen är antalet utgivare troligen betydligt fler än det antal som kan kategoriseras som professionella bokförlag. Ett rimligt antagande är att det finns ca 300 professionella förlag med regelbunden utgivning som rör sig på den gängse svenska bokmarknaden.

**Utgivningen – antal nya titlar och nya upplagor**

|                                   |       |
|-----------------------------------|-------|
| SvF:s medlemmar                   | 4 671 |
| FSL:s medlemmar                   | 1 309 |
| NOFF:s medlemmar, en uppskattning | 600   |

Tillsammans gav de tre föreningarnas medlemmar ut ca 6 500 nya titlar och nya upplagor under 2007. En viss överlappning finns i medlemskåren så den verkliga siffran är troligen något lägre.

Kungl. biblioteket, KB, registrerade 15 680 nya titlar under 2007, alltså mer än dubbelt så många som förlagsbranschen själv registrerat. Det främsta skälet till diskrepansen är att KB registrerar alla typer av utgåvor, inte bara de som rör sig på den kommersiella marknaden, utan även t ex olika typer av rapporter och skriftserier.

1. Enligt Statens kulturråd

2. NOFF, Nordiska Föreningen för mindre Förlag

### Återförsäljare

Antalet återförsäljare, försäljningsställen för böcker, är mycket stort. Troligen handlar det om flera tusen. Uppskattningsvis finns omkring 400 fysiska bokhandlar – de flesta av dessa ingår i någon form av kedjebildning: Akademibokhandeln, Bokia, JB-gruppen eller Ugglan. Antalet butiker minskar, men fortfarande har en mycket stor andel av svenska folket tillgång till en fysisk bokhandel i den egna kommunen.

Antalet internetbokhandlar, vilka i första hand säljer svensk litteratur, kan beräknas till ca 10 stycken. Tidningen Svensk Bokhandel listar internetbokhandlarna på sin hemsida. Denna lista tar upp fler än så – främst beroende på att tidningen tar med lite fler typer av hemsidor som säljer böcker än vad jag gör här. Antalet hemsidor med försäljning av böcker ökar.

Antalet bokklubbar i Sverige kan uppskattas till cirka 35 stycken. Antalet stormarknader och varuhus ligger kring 200 stycken – lika många som antalet antikvariat (vilka också ibland har försäljning via internet). Till dessa kan alltså läggas ett mycket stort antal mindre återförsäljningsställen, t ex kiosker, bensinstationer, livsmedelsbutiker, pocketaffärer och butiker vars huvudinriktning är en annan än böcker.

### 3. Bokmarknadens struktur och utveckling

*av Kjell Bohlund*

Den unikt långa tillväxtperioden för den svenska bokbranschen fortsatte under 2007. Även i denna rapport kan vi konstatera att det aldrig sålts så många böcker som det senaste året och att det aldrig har spenderats så mycket pengar på bokinköp.

Det är naturligtvis ett hälsotecken att bokbranschen växer i en period när många massmedier stagnerar. Boken som bärare av kunskap, underhållning och information är i högsta grad levande och nödvändig och förlagsbranschen har visat stor förmåga att hantera förändringarna i medielandskapet.

Förläggareföreningens branschstatistik, som ligger till grund för den här artikeln, mäter inte bokförsäljningen i konsumentledet utan förlagens försäljning. Till största delen (80 %) rör det sig om försäljning till återförsäljare – bokhandlar, varuhus, bokklubbar m fl. Endast en mindre del av förlagens försäljning (20 %) går direkt till konsument. Trots den begränsningen ger branschstatistiken en bättre bild av den svenska bokmarknaden än någon annan statistik, främst genom sina långa tidsserier men också genom att den visar försäljningen för olika litteraturgenrer och i olika försäljningskanaler.

Helhetsbilden är alltså mycket positiv. I den här artikeln behandlas inte förlagens lönsamhet, men de marknadsdata som här presenteras visar både branschens styrka och ett antal strukturella problem – ofta relaterade till den hårda konkurrenssituationen.

#### **Rekordförsäljning igen**

Försäljningen ökade, som framgick av inledningen, även under 2007. Med undantag för ett litet hack i kurvan 2004 har försäljningen ökat oavbrutet sedan 2000. Jämfört med 2001, året före momssänkningen, har försäljningen ökat med 33 %.

Branschstatistiken visar för 2007 en sammanlagd ökning av försäljningen med 2,6 % till 2 400 miljoner kr. Störst ökning hade skönlitteraturen, 4,3 %. Fackboks-försäljningen ökade med 2,2 % medan försäljningen av barn- och ungdomsböcker minskade med 4,7 % (Diagram 1).

Sedan 2005 mäter Handels Utredningsinstitut (HUI) bokförsäljningen i konsumentledet i samarbete med de stora bokhandels- och varuhuskedjorna, internetbokhandlarna och bokklubbarna. HUI:s mätning bygger på den registrerade försäljningen hos de deltagande företagen och ger därmed ett mera precist mått på bokförsäljningen än Förläggareföreningens branschstatistik. Den inkluderar också försäljningen av kurslitteratur, utländska böcker och böcker från förlag som inte finns med i Förläggareföreningens statistik.

HUI:s bokindex visar en ökning av den samlade bokförsäljningen på 4,1 % för 2007. Det visar också en dramatisk förskjutning mellan olika försäljningskanaler, vilket kommenteras längre fram i denna artikel (Diagram 2).

### 3. BOKMARKNADENS STRUKTUR OCH UTVECKLING

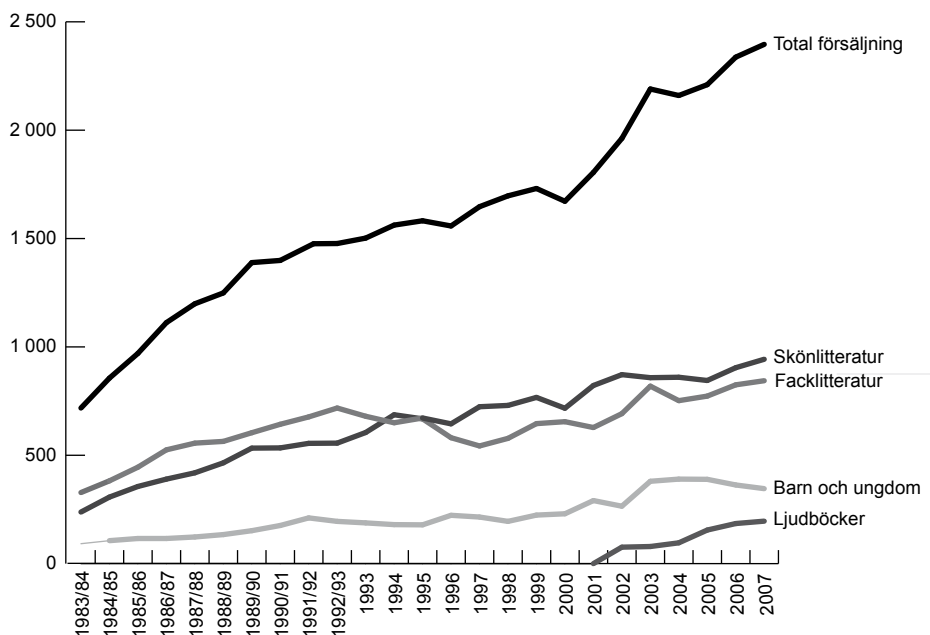


Diagram 1. Förlagens försäljning (löpande priser, miljoner kr)

Diagrammet visar förlagens totala försäljning till återförsäljare och direkt till konsument.

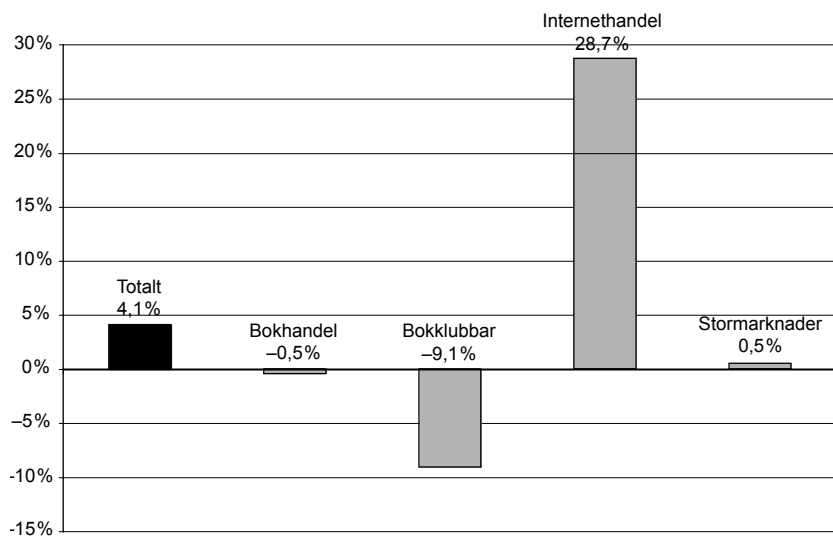


Diagram 2. HUI:s bokindex för 2007

Diagrammet visar den procentuella förändringen i försäljning från 2006 till 2007 totalt och i de olika försäljningskanalerna.

HUI:s bokindex visar emellertid en alltför hög tillväxt som en följd av att de kanaler som har haft en svag tillväxt – i första hand den fysiska bokhandeln – är underrepresenterade.

Den verkliga tillväxten av bokmarknaden 2007 var något lägre än HUI:s bokindex, sannolikt runt 3 %.

I ett längre perspektiv kan vi se att försäljningen under tioårsperioden 1998–2007 ökade med 41 % i löpande priser. Man får gå tillbaka till 1980-talets inflationsdrivna ekonomi för att hitta en lika kraftig tillväxt i bokförsäljningen. Trots det har böckernas andel av de privata konsumtionsutgifterna sjunkit.

### Större utgivning än någonsin

Nyutgivningen ökade under 2007 efter en tillfällig nedgång 2006 och den ökade kraftigt. SvF:s medlemmar gav sammanlagt ut 4 671 nya titlar, vilket är en ökning med nästan 12 % jämfört med föregående år. Inom varje huvudkategori har nyutgivningen ökat. Som framgår av diagram 3 nedan var utgivningen 2001 på väg nedåt men momssänkningen 2002 bröt den nedåtgående kurvan och har sedan följts av en stark ökning av utgivningen.

En del av ökningen de senaste åren härrör från den växande ljudboksutgivningen och är alltså inte nya böcker utan böcker i nytt format, vilket man bör ha i åtanke när man betraktar diagram 3 nedan.

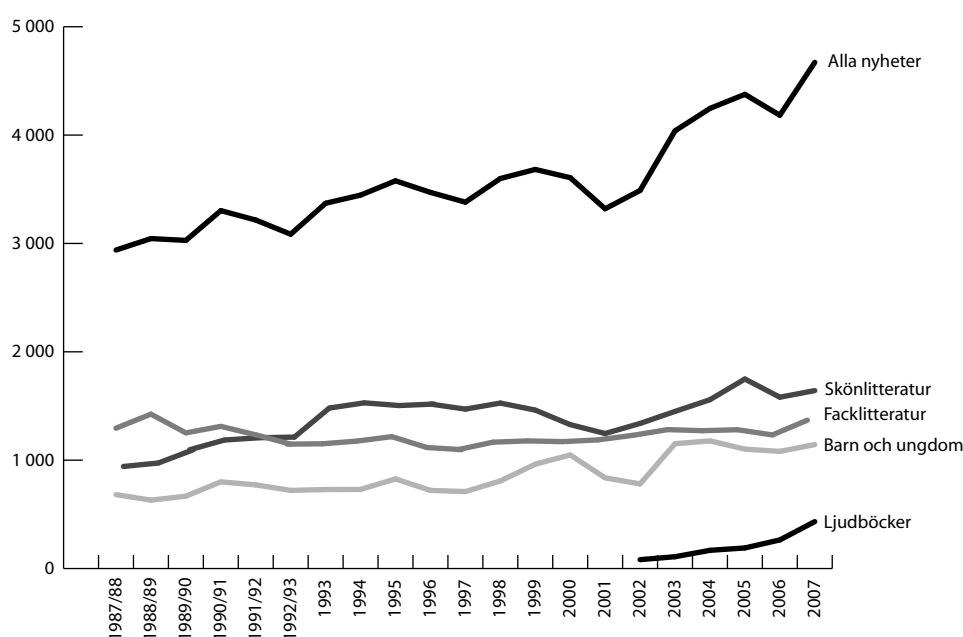


Diagram 3. Antal nya titlar

Inom några områden har antalet nyheter dock sjunkit. Det gäller svensk skönlitteratur, vilket kan vara överraskande eftersom försäljningsutvecklingen har varit god. Nyutgivningen av lyrik var lägre än under hela mätperioden. Även nyutgivningen av översatta barnböcker har minskat, men det balanseras av ökad svensk utgivning.

### Reprinten ökar och den utländska skönlitteraturen går tillbaka

Försäljningen av skönlitteratur ökade med 4,3 % under 2007. Det var pocket och annan reprint (återutgivning) som växte medan originalförsäljningen sjönk något. Från en redan hög nivå ökade reprintförsäljningen med 19,5 % och svarade för ca 40 % av den samlade skönlitterära försäljningen. Den andelen har växt kraftigt under perioden.

Försäljningen av utländsk skönlitteratur har under lång tid utvecklats svagare än den svenska skönlitteraturen. Den utvecklingen fortsatte under 2007, då försäljningen av översättningar sjönk med 18 % medan de svenska romanerna ökade med drygt 4 % (Diagram 4).

Det är en dramatisk förändring som skett och som sker. 1987 stod den översatta skönlitteraturen för 64 % av försäljningen. 2007 hade andelen sjunkit till 41 %. Försäljningen av översatta romaner låg i stort sett på samma nivå 2007 som tjugo år tidigare. Hela försäljningsökningen under tjugoårsperioden kommer alltså från den svenska litteraturen. Här har deckarna och spänningsromanerna gett ett tydligt avtryck i branschstatistiken. Siffrorna säger ingenting om hur den ”normala” svenska romanen har sålt, men som helhet har den svenska

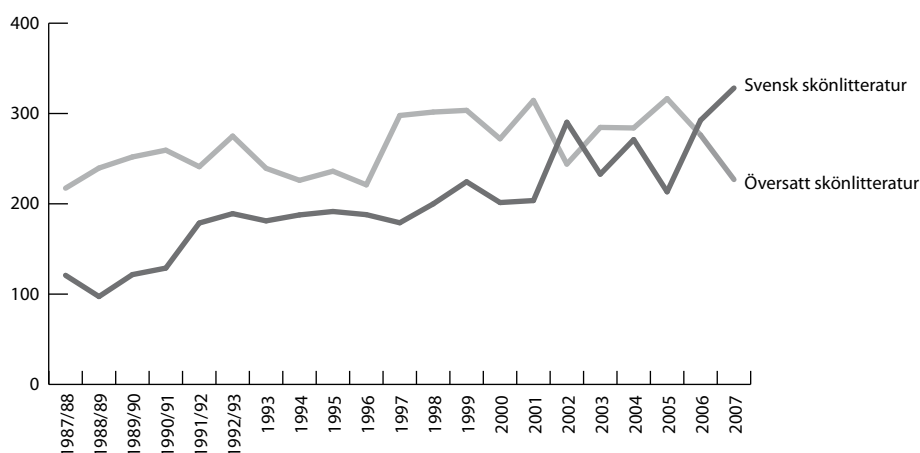


Diagram 4. Försäljning av svensk skönlitteratur och översatt skönlitteratur (i löpande priser, miljoner kr)

Diagrammet visar försäljningen av ny svensk och översatt skönlitteratur. Pocket och annan reprint ingår inte.

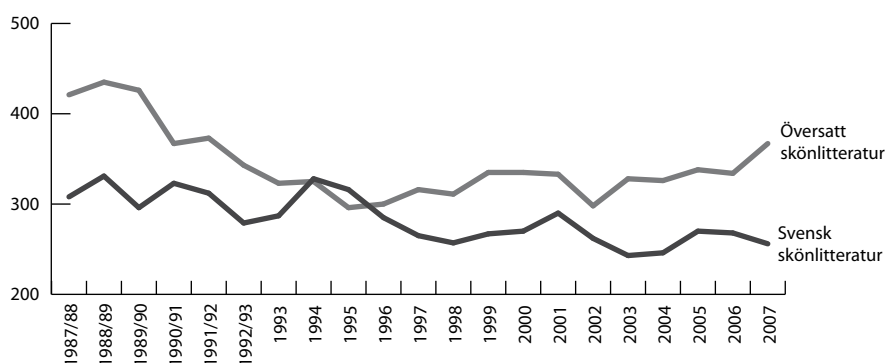


Diagram 5. Antal nya titlar av svensk skönlitteratur och översatt skönlitteratur

skönlitteraturen varit mycket framgångsrik.

Det är självklart glädjande att vi har en så livskraftig svensk utgivning. Men siffrorna ger en tydlig bild av de svårigheter förlagen har att upprätthålla den stora utgivningen av utländsk skönlitteratur. Trots det har nedgången i antalet nya översättningar varit måttlig. I själva verket har förlagen under de två senaste åren minskat den svenska utgivningen mer än den översatta. Antalet översättningar t o m ökade under 2007 (Diagram 5).

Om man analyserar den genomsnittliga försäljningen för svenska och översatta romaner ser man att kurvorna går åt olika håll och skillnaden växer (Diagram 6). 2007 såldes en svensk roman i genomsnitt i 10 600 ex under utgiv-

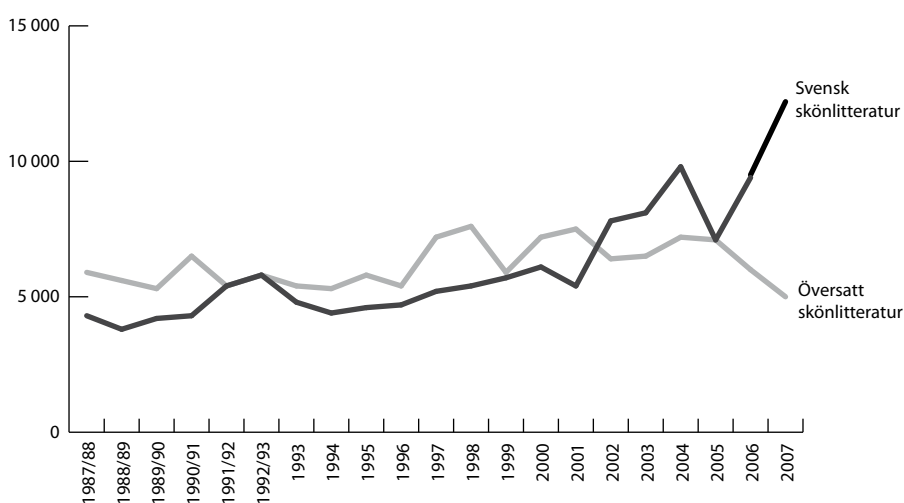


Diagram 6. Genomsnittlig försäljning av nya titlar (antal ex)

Diagrammet visar den genomsnittliga försäljningen av svenska och översatta romaner under utgivningsåret

ningsåret – en översättning i 5 000 ex.

Eftersom ett litet antal storsäljare drar upp genomsnittet måste man räkna med att en stor del av den översatta originalutgivningen går med förlust. Det är sekundärutgåvorna – kartonnage, storpocket, pocket och ljudböcker – som gör det möjligt för förlagen att upprätthålla en så stor utgivning av utländsk skönlitteratur.

Tillbakagången för översatt skönlitteratur i Sverige har sin motsvarighet i flera andra länder i Västeuropa. Det är en stark och tydlig trend och det mesta pekar tyvärr på att framtidens läsare kommer att ha sämre tillgång till utländsk skönlitteratur i svensk översättning.

#### **Svag utveckling för barn- och ungdomsböcker**

Sett över en lång period, från början av 1980-talet, är barn- och ungdomsböckerna den kategori som växt snabbast i försäljning. Men efter den extrema ökningen med över 40 % 2003 (som inte bara var en momseffekt utan också berodde på att ett förlag med stor utgivning av översatta barnböcker kom med i statistiken för första gången) har försäljningen av barn- och ungdomsböcker stagnerat.

Som framgår av diagram 7 på nästa sida finns det dock en långsiktigt uppåtgående kurva för de svenska barnböckerna medan försäljningen av översatta barnböcker visar tvära kast som i ganska hög grad kan kopplas till utgivningen av Harry Potter. Det är därför anmärkningsvärt att försäljningen av översatta barnböcker sjönk 2007, trots att den sjunde och sista boken om Harry Potter kom ut. Det finns dock en ”organisatorisk” förklaring eller åtminstone delförklaring till detta – ett förlag med relativt stor försäljning av översatta barnböcker har försvunnit ur statistiken som en följd av ägarförändringar. Det är därför svårt att dra några slutsatser om den underliggande utvecklingen för den översatta barn- och ungdomslitteraturen.

Den genomsnittliga försäljningen av nya titlar brukar vara ett intressant mått på tillståndet hos förlagen. Kurvorna i diagram 8 på nästa sida visar en relativt stabil utveckling för barnböckerna efter den dystra perioden under 1990-talets första hälft. Men någon återhämtning till 1980-talets nivåer har inte skett.



Diagram 7. Försäljning av barn- och ungdomslitteratur (löpande priser, miljoner kr)

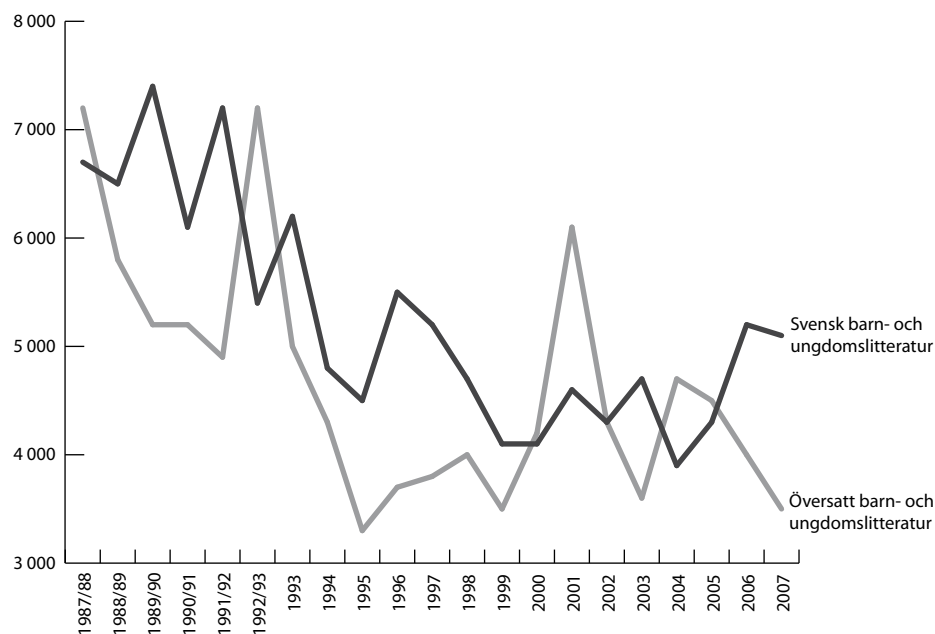


Diagram 8. Genomsnittlig försäljning av nya titlar barn- och ungdomslitteratur (antal ex)

Diagrammet visar den genomsnittliga försäljningen av svenska och översatta barn- och ungdomsböcker under utgivningsåret

### Ljudboksmarknaden mognar

Ljudböckernas genombrott kan dateras till 2002 och från 2003 var tillväxten hög – högre än för övriga delar av bokmarknaden. Men 2007 har kurvan planat ut, försäljningen ökade med mera måttliga 5,7 %. Det finns flera skäl till att kurvan planar ut. Den snabba tillväxten 2003–2006 skedde genom en bred exponering i många kanaler och det är sannolikt att konkurrensen har dämpat intresset hos vissa grupper av återförsäljare.

Förlagens ljudboksutgivning börjar nu breddas till nya digitala format. 2007 gavs 169 titlar ut i MP3-format för nedladdning på nätet. Deras andel av den totala ljudboksförsäljningen var knappt 4 %.

Det går inte att bortse från att den snabbt växande illegala fildelningen har bromsat förlagens försäljning. Alla svenska ljudböcker finns idag tillgängliga för illegal nedladdning från internet. Det finns många legala alternativ för nedladdning, men detta tycks inte ha bromsat den illegala spridningen.

Konsekvensen av en utplanad försäljningskurva och ökande titelantal blir att den genomsnittliga försäljningen sjunker, vilket framgår tydligt i diagram 10 på nästa sida.

### Dramatisk förändring av kanalstrukturen

Nätbokhandelns snabba tillväxt och starka ställning är ett av de mest dramatiska inslagen på den svenska bokmarknaden och en företeelse som gör den extra intressant i ett internationellt perspektiv.

Diagram 2, sidan 10, som baseras på HUI:s bokindex, visar att internetbokhandelns försäljning ökade med nästan 30 % 2007 medan fysisk bokhandel och bokklubbar tappade försäljning. Mest tappade bokklubbarna.

I Förläggareföreningens branschstatistik redovisades internetbokhandeln som en del av den traditionella bokhandeln – det är först 2007 som man i statistiken kan se hur stor förlagens försäljning till den specialiserade internetbokhandeln är. Internetbokhandelns snabba tillväxt framgår dock indirekt genom minskningen i de övriga försäljningskanalerna.

Diagram 11 på nästa sida visar att samtliga försäljningskanaler utanför bokhandeln – bokklubbar, varuhus, Bibliotekstjänst och restgruppen ”Övriga återförsäljare” – stadigt har tappat marknadsandelar sedan 2002. Och det är inte bara en relativ tillbakagång. Förlagens försäljning till dessa kanaler (med undantag för Bibliotekstjänst) var lägre 2007 än 2002. Stormarknader och varuhus var under en följd av år den försäljningskanal som växte snabbast och tillbakagången de senaste åren är anmärkningsvärd.

Förändringarna i bokhandelsledet behandlas mera ingående i Lars-Erik Linders artikel i kapitel 4 i denna rapport.

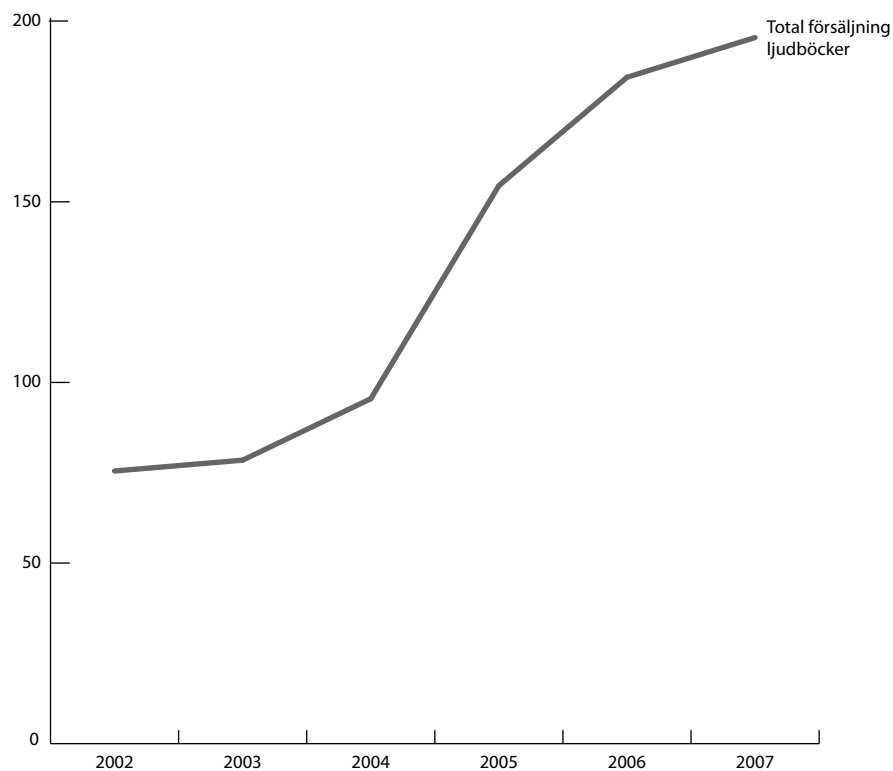


Diagram 9. Försäljning av ljudböcker (löpande priser, miljoner kr)

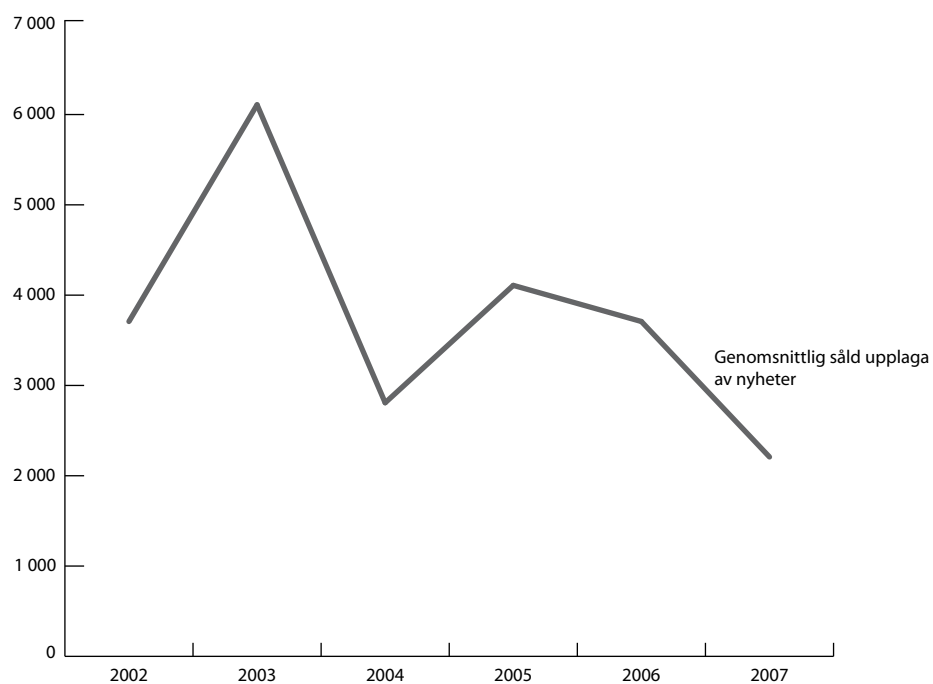


Diagram 10. Genomsnittlig såld upplaga för nya ljudböcker (antal ex)

### 3. BOKMARKNADENS STRUKTUR OCH UTVECKLING

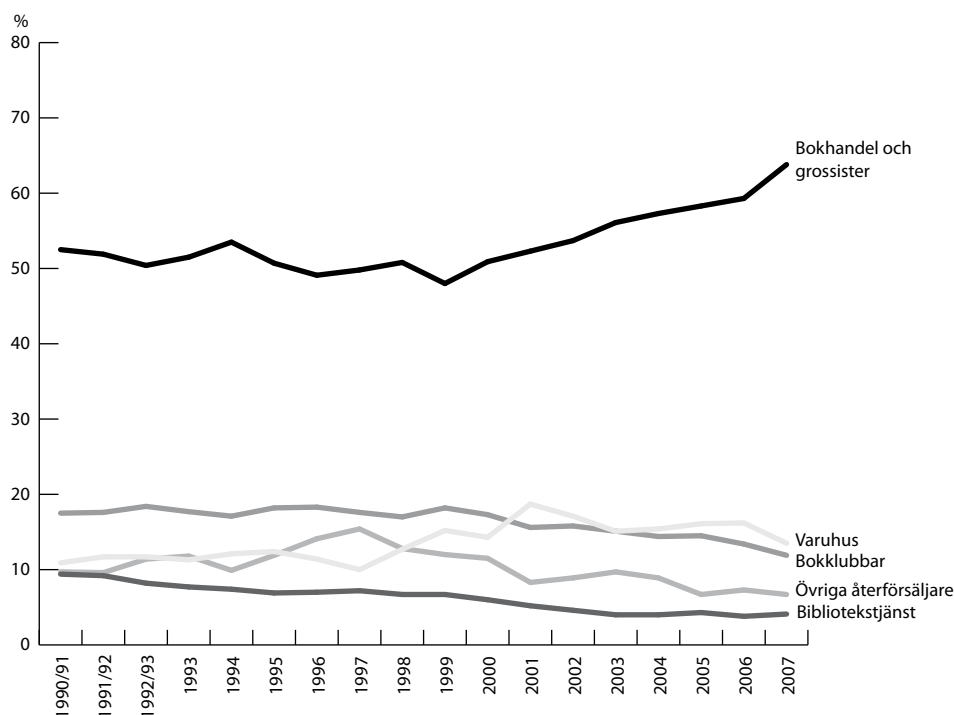


Diagram 11. Förlagens försäljning fördelad på olika kategorier av återförsäljare (%)

Frågan hur stor andel av bokförsäljningen som sker över nätet har diskuterats flitigt.

I Förläggareföreningens branschstatistik uppgick förlagens försäljning till internetbokhandeln till 285 miljoner kronor, vilket är knappt 15 % av den totala försäljningen till återförsäljare 2007. Detta återspeglar dock långtifrån internetbokhandlarnas kommersiella betydelse. En betydande del av deras inköp sker från grossist, inte direkt från förlagen, och kommer därmed inte med i de siffror förlagen rapporterar. Förläggareföreningens branschstatistik omfattar dessutom bara en mindre del av kursboksutgivningen, där internetbokhandelns position är särskilt stark.

Lars-Erik Linder anger i sin artikel i denna rapport internetbokhandelns andel 2007 till 25 % av bokhandelsförsäljningen. Med den snabba tillväxten kommer andelen troligen att nå 30 % inom kort.

#### Ingen tillväxt för backlisten

I förra årets rapport diskuterades försäljningen av äldre böcker, den s k backlisten. Den hade under 2005 och 2006 ökat sin andel av den totala försäljningen och jag spekulerade då i att det kunde bero på en strukturell förändring. Internetbokhandelns genombrott och snabba ökning väckte hos förlagen liv i många

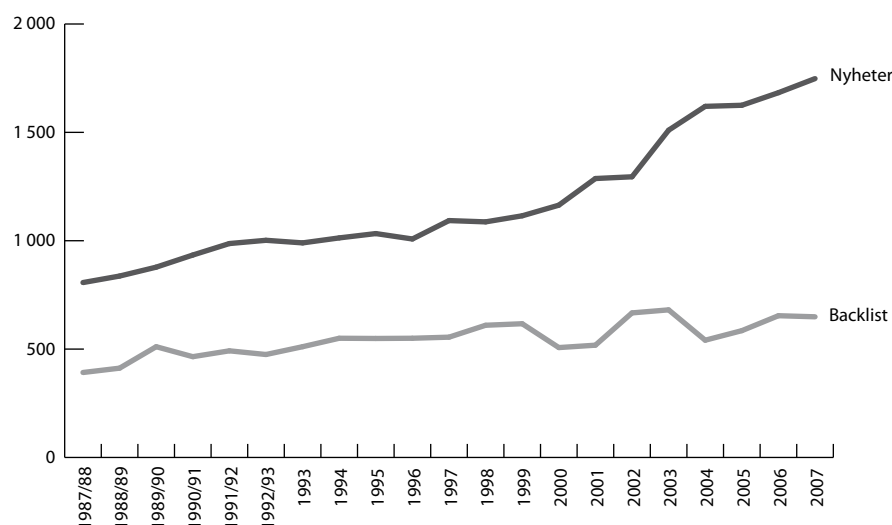


Diagram 12. Förlagens försäljning fördelad på nyheter och backlist (löpande priser, miljoner kr)

backlisttitlar som blev mer tillgängliga på nätet än i den fysiska bokhandeln. Men 2007 tycks allt ha återgått till det vanliga mönstret – det var nyhetsförsäljningen som ökade medan backlistförsäljningen låg kvar på oförändrad nivå (Diagram 12).

### Prisutveckling

Under åren närmast efter momssänkningen – från 2003 fram till 2006 – följdes bokpriserna noga av Bokpriskommissionen, en statlig utredning med uppdrag att analysera och följa momssänkningens effekter. Detta berörs närmare i Kristina Ahlinders artikel i denna rapport.

Från regeringens sida – i första hand Kulturdepartementets – fanns en oro och misstanke om att momssänkningen inte skulle komma konsumenterna till godo i form av lägre bokpriser.

När Bokpriskommissionen lämnade sitt slutbetänkande 2005 konstaterade den dock att målet för momssänkningen i huvudsak hade nåtts – böcker hade blivit billigare. Metodproblemen hade varit många, vilket är lätt att förstå. Hur jämför man priserna för nyheter när böckerna är så olika till format, sidantal, illustrationsgrad m m?

Förläggareföreningens branschstatistik kan tillföra ett mått på prisutvecklingen som Bokpriskommissionen och SCB inte använde: Det genomsnittliga priset för de böcker som såldes under respektive år. Här väger titlar som såldes i stora upplagor tungt. Det är alltså ett mått som påverkas av konsumenternas val, inte bara av förlagens prissättning.

### 3. BOKMARKNADENS STRUKTUR OCH UTVECKLING

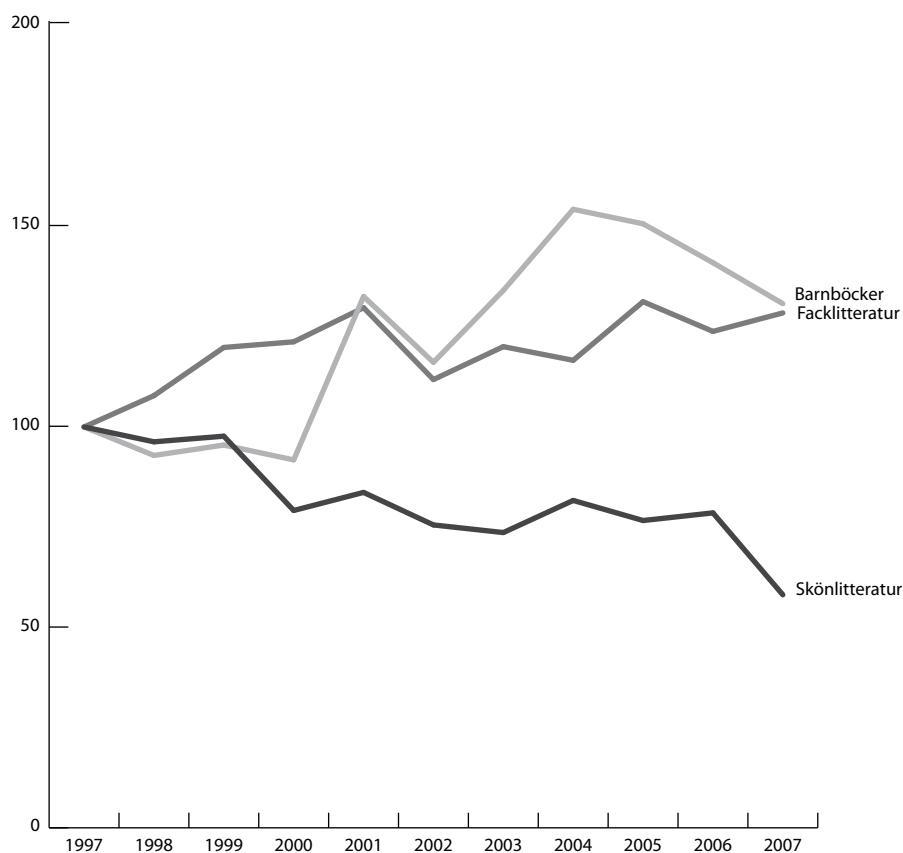


Diagram 13. Index över förlagens genomsnittspriser för sålda böcker 1997–2007.

Diagrammet visar utvecklingen av förlagens intäkt exkl moms per exemplar (backlist ingår inte i underlaget) i indexform. 1997 = 100.

Diagram 13 visar utvecklingen i indexform från 1997 till 2007. Det visar att de genomsnittliga förlagspriserna inte höjdes 2002 (vilket momssänkningens motståndare misstänkte) utan att de tvärtom sjönk. För läsarna blev prissänkningen ännu större eftersom effekten av den lägre skatten tillkommer i konsumentledet. De här siffrorna tyder på att förlagen mer än väl följde sina utfästelser från momskampanjen.

Efter det har utvecklingen varit olikartad för olika typer av böcker. Men för alla tre kategorierna var det genomsnittliga förlagspriset för sålda böcker lägre 2007 än 2001 (året före momssänkningen). När man till detta adderar den lägre skatten ser man att böcker har blivit väsentligt billigare.

Det genomsnittliga priset för sålda barnböcker steg kraftigt mellan 2002 och 2004 för att sedan sjunka. Det beror sannolikt inte på att barnboks-förlagen höjde priserna mer än andra utan på att försäljningen av ”stora och tjocka” barnböcker har ökat medan de billigare bilderböckerna gått tillbaka. Harry Potter har påverkat de här siffrorna kraftigt.

För fackböcker har prisutvecklingen varit måttlig och stabil.

För skönlitteraturen visar statistiken att det genomsnittliga priset sjunkit stadigt och kraftigt, vilket återspeglar den allt större vikten för pocket- och andra lågprisböcker.

Utvecklingen mot lägre priser har accentuerats det senaste året. Diagram 13 visar att det genomsnittliga priset för sålda romaner och barnböcker sjönk kraftigt under 2007. Den här utvecklingen kan vara problematisk för förlagen – en ökande andel lågprisböcker och kampanjböcker kan lätt gå ut över förlagens marginaler och pressa lönsamheten. Men de lägre priserna och den hårda konkurrensen har utan tvivel varit en viktig faktor bakom de senaste årens starka ökning i bokförsäljningen.

De stora vinnarna har varit läsarna – precis som syftet med momssänkningen beskrevs.

## 4. Bokhandeln

av Lars-Erik Linder

### Utvecklingen i stort

Bokhandelns totala försäljning, inklusive internethandel, har endast ökat obetydligt året 2006/07. Sannolikt finns emellertid en betydande del av ”moms-sänkningseffekten” kvar, det vill säga den ökade försäljning som uppstod när momsen på böcker sänktes från 25 % till 6 %.

Bokmomsen sänktes alltså kraftigt den 1 januari 2002 och detta ledde till en ökad försäljning inte bara i bokhandeln utan även i andra kanaler. Sedan dess har KPI ökat med ca 7 % – främst beroende på låga livsmedelspriser. Ett mer relevant jämförelsemått kan arbetskostnadsindex emellertid vara, som ökat med ca 11 % räknat från april 2002 till april 2007. Under samma period var försäljningsökningen från första hela året med låg moms 2002/03 till 2006/07 ca 16 %. Emellertid är säkra bedömningar av momssänkningseffekten svåra att göra. Många olika faktorer spelar in.

Tidigare år har den fysiska bokhandeln ökat samtidigt som internetbokhandeln har haft en exempellös framgång. Det senaste året 2006/07 har företagen i den fysiska bokhandeln dock tydligt minskat sin försäljning, med 5–6 %, medan internetbokhandeln ökat mer än 60 %.

Bokhandelns strukturomvandling har fortsatt och har fått ett nytt inslag genom att Bokia-gruppen köpt Wettergrens bokhandel i Göteborg och ytterligare några enheter ute i landet.

Bokia har nu både helägda butiker och medlemsägda enheter. Akademibokhandelsgruppen, ABG, har förvärvat några privata boklådor och startat ett par nya enheter samtidigt som man stängt några kursboksbutiker.

Lönsamheten i bokhandeln har gått ned och tyvärr ser den trenden ut att fortsätta även under 2007/08. Ett större genomslag för digitala böcker och läsplattor låter vänta på sig, bl a därför att de produkter som finns inte alltid är möjliga att köpa på den svenska marknaden och att de som finns är relativt dyra. Nedladdning av böcker från internet är dock redan ett problem på kursboksmarknaden. Ljudböcker har fortsatt att vara populära och försäljningen har ökat. Glädjande är också att EU-kommissionen i skrivande stund (juli 2008) lagt fram ett förslag som innebär att ett land som så önskar kan tillämpa låg bokmoms på denna typ av böcker

### Försäljningsutvecklingen

Tabell 1 på nästa sida visar de olika gruppernas utveckling från 2001/02, det vill säga året när den lägre bokmomsen infördes, till 2006/07. Underlaget är företagens bokslut vilka oftast görs per 30/4. Vissa bolag gör bokslut per kalenderår vilket gör att en del jämförelser haltar något.

HUI:s rapport som redovisas på annan plats visar ett mindre försäljningstapp för den fysiska bokhandeln. Detta kan bero på att den fysiska bokhandeln även

Tabell 1. Återförsäljarnas totala försäljning av böcker, pappers- och kontorsvaror, CD-skivor och relativ förändring under mätperioden

|                        | 2001/02 |       | 2002/03 |       | 2003/04 |       | 2004/05 |       | 2005/06 |       | 2006/07 |       |
|------------------------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|
|                        | Mkr     | Index | Mkr     | Index | Mkr     | Index | Mkr     | Index | Mkr     | Index | Mkr     | Index |
| Bokia                  | 776     | 100   | 842     | 109   | 837     | 107   | 750     | 96    | 927     | 119   | 904     | 116   |
| JB-gruppen             | 435     | 100   | 487     | 112   | 513     | 118   | 597     | 137   | 356     | 82    | 273     | 63    |
| Ugglan                 | 115     | 100   | 130     | 113   | 138     | 120   | 154     | 134   | 172     | 149   | 174     | 101   |
| Service-<br>bokhandeln | 51      | 100   | 61      | 119   | 58      | 113   | 64      | 125   | 51      | 100   | 53      | 104   |
| Övriga                 | 363     | 100   | 391     | 108   | 398     | 110   | 398     | 110   | 413     | 114   | 443     | 122   |
| ABG                    | 889     | 100   | 1065    | 120   | 1101    | 124   | 1139    | 128   | 1206    | 136   | 1128    | 127   |
| SUMMA                  | 2634    | 100   | 2979    | 113   | 3046    | 116   | 3106    | 118   | 3125    | 119   | 2975    | 113   |
| Kursbokhandel          | 181     | 100   | 211     | 117   | 230     | 127   | 236     | 131   | 209     | 130   | 140     | 77    |
| SUMMA                  | 2815    | 100   | 3190    | 113   | 3276    | 116   | 3342    | 119   | 3334    | 118   | 3115    | 111   |
| Internet               | 215     | 100   | 209     | 97    | 267     | 124   | 382     | 178   | 504     | 234   | 831     | 386   |
| TOTALT                 | 3030    | 100   | 3399    | 112   | 3544    | 117   | 3724    | 123   | 3838    | 127   | 3946    | 130   |

KÄLLA: MM Partner

säljer andra varor än böcker medan HUI:s statistik endast omfattar bokförsäljning. Produktgrupper som har minskat är vissa kontorsvaror och CD-skivor.

Den fysiska bokhandeln har under sexårsperioden ökat med 13 %. Under de första tre åren var prisstegringarna obetydliga, därefter mer ”normala”. Lägger vi till internetbokhandeln är den totala försäljningsökningen för bokhandeln 30 % vilket innebär en kraftig volymtillväxt. Sannolikt har internetbokhandeln tagit försäljning från andra kanaler som bokklubbar, varuhus, stormarknader och biblioteksförsäljningsföretag.

Information för resten av 2007 saknas, men vissa uppgifter finns. Dessa tyder på att den fysiska bokhandeln år 2007 tappat ca 3–4 % i försäljningsvolym främst när det gäller kursböcker för högre utbildning men även på annat. Även varuhus och stormarknader har tappat, bokklubbar har tappat hela 6–8 % medan internetbokhandeln har ökat med 30 %. Utvecklingen under första kvartalet 2008 visar en motsvarande bild. De relativa marknadsandelarna framgår av tabell 2 på nästa sida.

**Bokia** har trots nya medlemmar inte ökat sin försäljning 2006/07 och tappat från 24 % till 23 % i marknadsandel. Efter 30/4 2007 har man ökat antalet centralt ägda butiker och fått stiftelsen Natur & Kultur som delägare. Förvärv och nyetableringar samt produktion av egna boktitlar står på agendan.

**JB-gruppen** har fortsatt att tappa medlemmar. Även om lönsamheten hos

#### 4. BOKHANDELN

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

|                               | 2001/02<br>% | 2002/03<br>% | 2003/04<br>% | 2004/05<br>% | 2005/06<br>% | 2006/07<br>% |
|-------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Bokia                         | 26           | 25           | 24           | 20           | 24           | 23           |
| JB-gruppen                    | 14           | 14           | 14           | 16           | 9            | 7            |
| Ugglan                        | 4            | 4            | 4            | 4            | 5            | 4,5          |
| Service-<br>bokhandeln        | 2            | 2            | 2            | 2            | 1            | 1            |
| Övriga                        | 12           | 12           | 11           | 11           | 11           | 11           |
| Akademibok-<br>handelsgruppen | 28           | 31           | 31           | 30           | 31           | 28,5         |
| Kursbokhandel                 | 6            | 6            | 6            | 6            | 6            | 4            |
| Internet                      | 7            | 6            | 8            | 10           | 13           | 21           |
|                               | 100          | 100          | 100          | 100          | 100          | 100          |

KÄLLA: MM Partner

gruppens medlemmar är god – bättre än totala marknaden – behövs sannolikt förstärkning på volymsidan.

**Bokia** och **JB-gruppen** har minskat sin sammanlagda omsättning från 1 283 Mkr till 1 147 Mkr det senaste året. Stora och medelstora boklådor, tidigare kallad A-bokhandeln, är nu nere i en marknadsandel om ca 30 %.

**Ugglan** och **Servicebokhandeln** har sammanlagt en något ökad försäljning beroende på förändringar i medlemskåren.

**Övriga boklådor**, främst fristående företag och specialbokhandel, har ökat sin försäljning och bibehåller sin marknadsandel. Till dem som ökat mest hör Pocket Shop (+ ca 13 Mkr) och SF-bokhandeln i Stockholm (+ ca 4,5 Mkr).

**ABG** har minskat sin marknadsandel med 2,5 procentandelar. Detta trots förvärvet av Exlibris. Kommentarer från bolaget under året tyder på att det är kursboks-försäljningen som minskar kraftigt medan allmänlitteraturen säljer bättre än i övrig fysisk bokhandel. Flera kursboksbutiker har stängts under 2006/07.

**Kursbokhandeln** har minskat dramatiskt i omsättning och antalet butiker. Internetbokhandelns låga priser har slagit igenom kraftigt på denna priskänsliga marknad. Flera enheter som ingår i gruppen 2006/07 är under avveckling.

**Internetbokhandeln** ökade kraftigt sin försäljning under 2006/07. Den fysiska bokhandeln tappade marknadsandelar och dessutom minskar den tidigare stora postorderhandeln – bokklubbar – rejält.

Om vi sätter internethandeln i relation till en total marknad exklusive läro-medel på ca 6 miljarder kronor blir dess andel ca 14 %.

Utfall för kalenderåret 2007 blev för internetbokhandeln 1 065 Mkr vilket vid

Tabell 3. Relativa andelar fysisk bokhandel och internetbokhandel

|                   | 2006/07 |     |
|-------------------|---------|-----|
|                   | Mkr     | %   |
| Fysisk bokhandel  | 3115    | 79  |
| Internetbokhandel | 831     | 21  |
| TOTALT            | 3946    | 100 |

oförändrad försäljning för den fysiska bokhandeln skulle ge näthandeln en andel på ca 25 % av bokhandelsförsäljningen och ca 18 % av totalmarknaden exklusive läromedel.

Lönsamheten i den fysiska bokhandeln minskade mellan 2004/05 och 2006/07 med nära en procentenhet. Tar vi bort gruppen övriga, specialbokhandel m fl, minskar lönsamheten från 2,4 % till 1,9 %. ABG:s resultat för helåret 2007 föreligger nu och företaget visar för detta år ett resultat på 12,2 Mkr. Den fysiska allmänbokhandeln förfaller vara på väg ned till en resultatnivå på ca 1,5 % av försäljningen.

Tabell 4. Bokhandelns resultatutveckling

|                           | 2004/05<br>Resultat Mkr | 2005/06<br>Resultat Mkr | 2006/07<br>Resultat Mkr |
|---------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| ABG                       | 68,0                    | 40                      | 27,6                    |
| Bokia                     | 10,0                    | 16,5                    | 14,1                    |
| JB-gruppen                | 9                       | 11                      | 6,0                     |
| Ugglan                    | 2,7                     | 3,5                     | 2,8                     |
| Servicebokhandeln         | 2                       | 1                       | 1,2                     |
| Kursbokhandel             | 3                       | 2,7                     | 0,3                     |
| Övriga                    | 21                      | 15,5                    | 20,6?                   |
| SUMMA                     | 115,7                   | 90,2                    | 72,6                    |
| Försäljning               | 3342                    | 3334                    | 3115                    |
| Resultat i %              | 3,5                     | 2,7                     | 2,4                     |
| <i>Internetbokhandeln</i> |                         |                         |                         |
| -Adlibris                 | 12,0                    | 16,0                    | 30,8                    |
| -Bokus,                   | -0,8                    | -11,1                   | -26,2                   |
| SUMMA:                    | 11,2                    | 4,9                     | 4,7                     |

## 5. Vad har hänt med bokpriserna och bokläsandet efter bokmomssänkningen 2002?

*av Kristina Ahlinder*

Den 1 januari 2002 sänktes som bekant momsens på böcker i Sverige. Detta skedde efter intensiva påtryckningar från bokbranschens aktörer och från olika politiska partier och organisationer. I samband med sänkningen uttalade den dåvarande kulturministern Marita Ulvskog, som var skeptisk till momssänkningen, två krav det var rimligt att ställa när det gällde effekterna av bokmomssänkningen. Dels menade hon att bokmomssänkningen fullt ut måste komma konsumenterna till del – det vill säga konsumentpriserna måste sjunka, dels att läsningen måste breddas till grupper som tidigare inte läst.

Bokbranschen lovade i en särskild ”avsiktsförklaring” i maj 1999 att göra allt som stod i dess makt för att en eventuellt kommande bokmomssänkning skulle komma konsumenterna till del fullt ut. När det gällde läsningen menade bokbranschen att det var rimligt att anta att bokförsäljningen tack vare lägre priser skulle komma att öka. Att bokläsandet i och med den ökade försäljningen skulle komma att breddas till nya grupper såg man som ett rimligt antagande, även om den andel av befolkningen som inte läser, ca 15 %, erfarenhetsmässigt är svår att påverka i en ”läsökande” riktning. Detta trots fria boklån på biblioteken och en lång rad samhällseliga läsfrämjande insatser.

Nu har det alltså gått mer än sex år sedan momsens på böcker sänktes. Det kan därför vara på sin plats att en avstämning av läget görs. Utgångspunkten får bli Marita Ulvskogs två krav på bokbranschen. Vad har hänt med bokpriserna och vad har hänt när det gäller breddad läsning?

### **Bokpriser – och bokförsäljning**

I november 2004 presenterade Svenska Förläggareföreningen och Svenska Bokhandlareföreningen den fjärde och sista bokprismätning man gemensamt genomfört med anledning av bokmomssänkningen. Resultatet visade att – rensat för inflation – konsumentpriserna på böcker, i bokhandeln och i bokklubbar, låg 18,0 % respektive 17,9 % lägre än före momssänkningen. Nära tre år efter momssänkningen kunde man alltså konstatera att böcker fortfarande hade de lägre priser som bokmomssänkningen gav möjlighet till. Faktiskt något mer än så eftersom en sänkning från 25 till 6 % moms innebär en sänkning av skatten med 15,2 %.

De undersökningar som SCB gjorde under i princip samma tidsperiod och på uppdrag av Bokpriskommissionen visade att skönlitteraturen prismässigt sjunkit med mer än vad momssänkningen gav utrymme till, att barn- och ungdomsböcker prismässigt låg i paritet med bokmomssänkningen och att fackböcker prismässigt sjunkit mindre än vad bokmomssänkningen gett möjlighet till.

Diskrepansen mellan Temos undersökningar och SCB:s utreddes och diskuterades livligt under den här tiden – den debatten avser jag inte att ta upp här. Det som efter så här lång tid är relevant, och mätbart, är hur försäljningen

utvecklat sig som ett mått på hur människor uppfattar bokpriserna.

Under samtliga år efter momssänkningen har bokbranschen kunnat notera ökad försäljning i antal exemplar räknat.

Den totala försäljningen 1997 var 28,1 miljoner sålda exemplar, 2002 var motsvarande siffra 37,2 miljoner sålda exemplar och 2007 45,6 miljoner sålda exemplar. Ökningen efter momssänkningen är nära 10 miljoner volymer. Detta enbart hos Svenska Förläggareföreningens medlemmar. Bokbranschen – förlag och bokhandlar – har gemensamt uppskattat att det totala antalet sålda exemplar per år idag är ca 85 miljoner volymer. Alltså nära 10 volymer per innevånare i Sverige. Se kapitel 2 i denna rapport.

Den ökade försäljningen gäller alla litteraturkategorier och alla utgivningsformer – originalutgåvor, pocketutgåvor, ljudböcker etc. Ökad försäljning innebär ofta större upplagor och eftersom styckkostnadskurvan för tryckta böcker stupar brant innebär en större upplaga också att varje enskilt exemplar kan bli billigare för konsumenten.

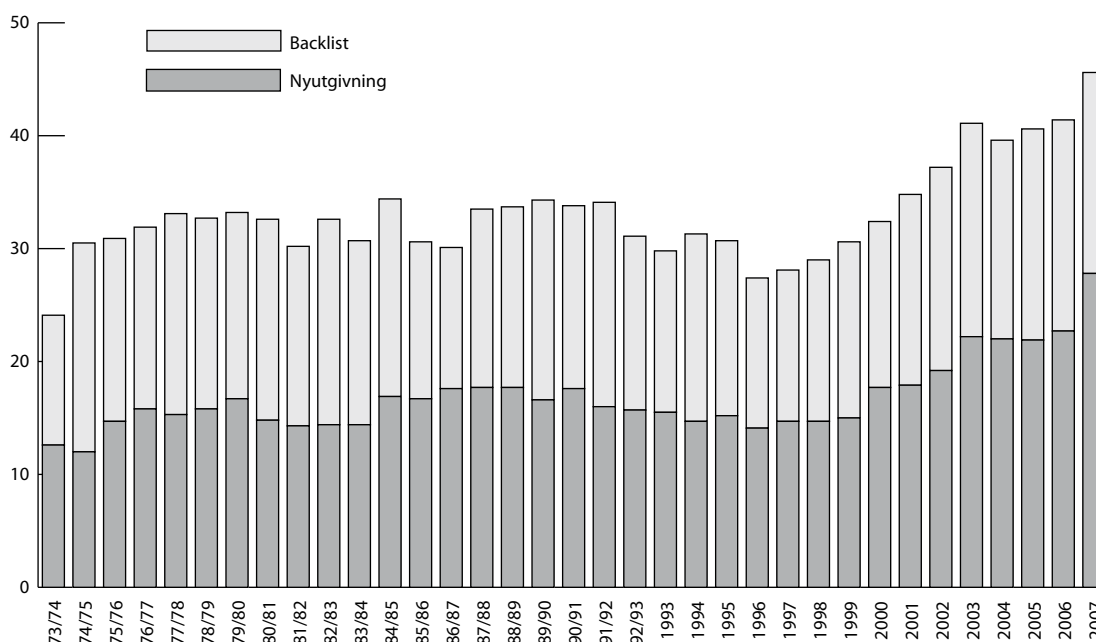
Den kraftigt ökade försäljningen under de senaste åren är, menar jag, en indikator på att böcker är intressanta för konsumenterna och att de anser dem vara rimligt prissatta. Det är inte troligt att den kraftigt ökade försäljningen hade ägt rum om bokpriserna varit konstanta eller ökat.

Se också Kjell Bohlunds resonemang om prisutvecklingen i kapitel 3 i denna rapport.

### **Breddad läsning – och ökad**

Svenskarna är ett bokläsande folk. Det är den samstämmiga bild som de olika läsvaneundersökningar som görs i Sverige visar: Kulturbarometern, Mediebarometern, ULF-undersökningarna, Barnbarometern och SOM-institutets undersökningar. Denna bild framträder klart trots att undersökningarna inte är helt lätta att jämföra. I Kulturrådets rapport ”Om läsning – mer eller mindre” har en sammanvägning av de olika undersökningarna gjorts. Resultatet av den visar att andelen läsare, alltså de som läser minst en bok per år, är mellan 80 och 90 %. Det finns således sedan många år en andel av befolkningen, 10–20 %, som inte läser alls. De flesta av dessa saknar inte förmågan att läsa, av olika skäl väljer man ändå bort läsning. Detta trots att vi i Sverige har ett väl utbyggt (om än krympande) nät av bibliotek. Stora summor pengar och ideella ansträngningar läggs också varje år på olika former av läsfrämjande åtgärder.

Hur har då läsningen egentligen utvecklats under den senaste tioårsperioden? Nordicoms Mediebarometer för 2007 visar att den genomsnittliga lästiden under en genomsnittlig dag 1997 var 38 minuter, 2002 visar mätningen att lästiden var 39 minuter. För 2007 är lästiden åter 38 minuter. I ett tioårsperspektiv



### Totalt antal sålda volymer

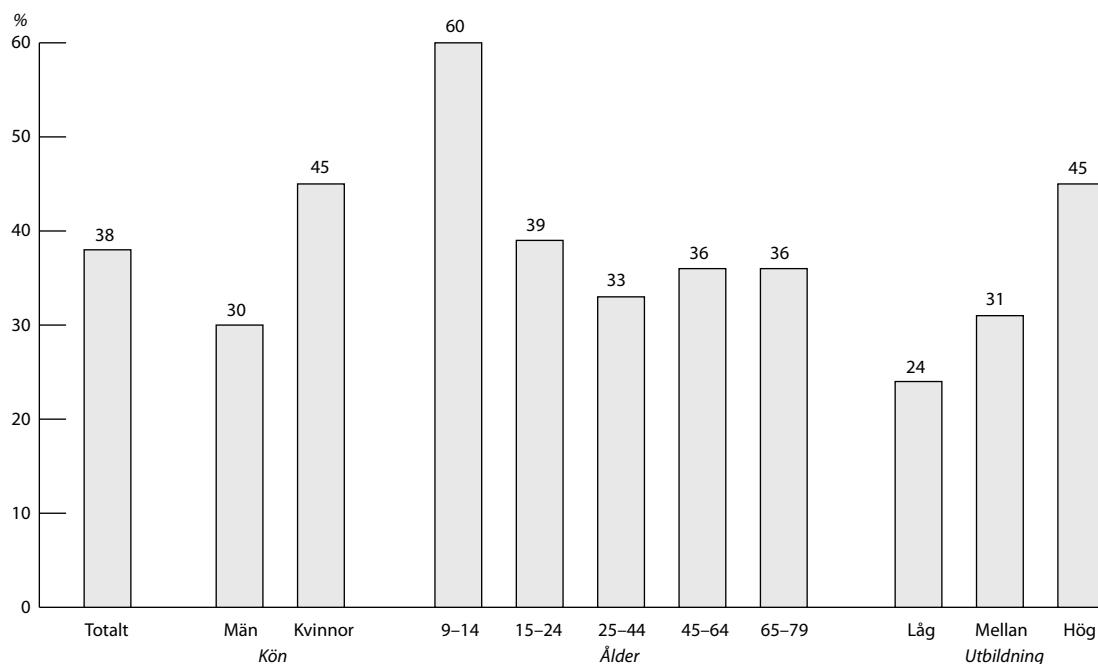
framträder en mycket stabil bild när det gäller läsningen – andelen läsare en genomsnittlig dag ligger kring 38 %.

När det gäller utbildningsnivå framgår det att andelen högutbildade läsare minskat från 52 % till 45 % och att lågutbildade ökat sin andel läsare från 22 % till 24 %. Andelen läsande personer i grupperna 45–64 år respektive 65–79 år har under en tioårsperiod ökat sin läsning från 32 respektive 29 % till 36 %.

En rimlig tolkning av dessa siffror är att pensionärer och lågavlönade genom bokmomssänkningen och de billigare böckerna fått och tagit möjligheten att köpa och läsa fler böcker.

Den ökade utgivningen och försäljningen av ljudböcker – vilken satte fart i början av 2000-talet – har också påverkats i positiv riktning tack vare sänkt moms. Projekt som det som Transportarbetareförbundet genomfört med vägkrogsbibliotek där långtradarchaufförer kan låna ljudböcker, har enligt uppgift inneburit en breddning av läsningen. Många chaufförer är helt nya läsare. Det faktum att ljudböckerna också omfattas av den sänkta momsen har rimligtvis också inneburit att dessa även prismässigt blivit mer attraktiva. På ljudboks-sidan får det nog anses stå klart att den sänkta momsen, tillsammans med det läsrämjande arbetet, lett till breddad läsning.

Sammanfattningsvis kan med fog konstateras att bokmomssänkningen till dags dato inneburit lägre bokpriser och ökad försäljning. Dessutom att bokläsningen, kanske tack vare de lägre priserna, kunnat hållas på en stabil nivå och att breddad läsning – det vill säga nytillkomna läsare – kunnat fås, i alla fall när det gäller ljudböcker.



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent).

| År                | Totalt | Kön |         | Ålder |       |       |       |       | Utbildning |        |     |
|-------------------|--------|-----|---------|-------|-------|-------|-------|-------|------------|--------|-----|
|                   |        | Män | Kvinnor | 9-14  | 15-24 | 25-44 | 45-64 | 65-79 | Låg        | Mellan | Hög |
| 1979 <sup>1</sup> | 29     | 26  | 33      | 50    | 31    | 28    | 25    | 23    | 16         | 33     | 56  |
| 1981 <sup>1</sup> | 29     | 26  | 33      | 51    | 36    | 28    | 24    | 19    | 16         | 34     | 46  |
| 1983 <sup>1</sup> | 31     | 27  | 36      | 52    | 40    | 33    | 21    | 20    | 19         | 34     | 50  |
| 1985 <sup>1</sup> | 31     | 27  | 35      | 54    | 43    | 31    | 21    | 18    | 17         | 35     | 48  |
| 1987 <sup>1</sup> | 35     | 30  | 40      | 53    | 40    | 35    | 30    | 24    | 21         | 35     | 54  |
| 1989 <sup>1</sup> | 31     | 25  | 38      | 46    | 35    | 33    | 2     | 25    | 19         | 33     | 44  |
| 1991 <sup>1</sup> | 32     | 28  | 35      | 53    | 41    | 32    | 21    | 25    | 21         | 32     | 43  |
| 1993 <sup>1</sup> | 31     | 26  | 37      | 51    | 37    | 31    | 25    | 26    | 20         | 28     | 46  |
| 1995              | 44     | 38  | 50      | 74    | 56    | 41    | 35    | 32    | 27         | 43     | 58  |
| 1997              | 38     | 31  | 43      | 63    | 47    | 37    | 32    | 29    | 22         | 35     | 52  |
| 1999              | 37     | 31  | 44      | 62    | 43    | 35    | 30    | 32    | 24         | 29     | 46  |
| 2001              | 38     | 33  | 43      | 62    | 45    | 37    | 31    | 36    | 23         | 33     | 47  |
| 2003              | 35     | 27  | 42      | 55    | 40    | 32    | 33    | 28    | 19         | 30     | 45  |
| 2004              | 37     | 29  | 45      | 55    | 43    | 35    | 34    | 33    | 21         | 30     | 50  |
| 2005              | 38     | 32  | 44      | 59    | 39    | 34    | 37    | 37    | 25         | 30     | 49  |
| 2006 <sup>2</sup> | 38     | 31  | 45      | 61    | 39    | 33    | 35    | 41    | 26         | 30     | 45  |
| 2007 <sup>2</sup> | 38     | 30  | 45      | 60    | 39    | 33    | 36    | 36    | 24         | 31     | 45  |

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2007 (procent).

ANMÄRKNING: Med böcker avses såväl skön- som facklitteratur som barn/ungoms- och läroböcker.  
 NOT: 1. Fram till och med 1993 gällde frågan bokläsning i allmänhet, från och med 1994 har det i frågan angivits att även skolböcker och facklitteratur ingår. 2. I frågan om bokläsning gjordes 2006 ett förtydligande för att betona att även böcker man lyssnat till ingår.  
 KÄLLA: Nordicom, Mediebarometer 2007.

Men till dessa positiva effekter måste också annat läggas. Beslutet att den svenska kultur momsens nu också omfattar böcker är principiellt riktigt och står i samklang med hur man i de flesta andra EU-länder skattemässigt behandlar böcker. Låg moms på böcker i Sverige innebär också att det tryckta ordet numera behandlas på samma sätt oavsett om det publiceras i dagstidningar, tidskrifter eller böcker.

Antalet debuterande författare har aldrig tidigare varit större, inte heller förlagens nyutgivning vilket framgår av kapitel 2 i denna rapport. Även antalet förlag har ökat liksom antalet återförsäljare. Böcker säljs numera överallt – i bokhandeln, över internet, på stormarknader och varuhus, i bokklubbar, i kiosker och i annan detaljhandel. Konkurrensen på bokmarknaden – i alla led – har kommit att bli mycket hård. Men mångfalden är alltså stor och ingenting torde saknas för den bokintresserade allmänheten – inte heller låga priser.



