



DET DIGITALA GENOMBROTET

*Den svenska bokbranschens
utveckling mellan 2003 och 2023*

SVENSKA FÖRLÄGGAREFÖRENINGEN

Kungstensgatan 38

113 59 STOCKHOLM

info@forlaggare.se

www.forlaggare.se

INNEHÅLL

- 5 Inledning
- 7 *Återförsäljarna:*
Paradigmskifte
- 25 *Förlagen:*
Förläggeri i disruptiva tider
- 47 *Politiken och förlagen:*
Förläggareföreningens opinionsarbete
- 57 *Sammanfattning och framtidsblick:*
Ägandeförhållanden, politiska beslut och AI

Inledning

OM du skulle köpa en bok år 2003 så gick du med all sannolikhet till din närmaste fysiska bokhandel och valde ut en tryckt bok. Internetbokhandeln låg fortfarande i sin linda och ljudböcker, som inte stod för en särskilt stor del av försäljningen, såldes på krångligt många cd-skivor. Strömningstjänsterna fanns inte ens på idéstadiet.

Sedan dess har vi sett en kanal- och formatförskjutning från det fysiska till det digitala, nya läsarbeteenden och nya ägandestrukturer. Att säga att de senaste tjugo åren varit omvälvande för den svenska bokbranschen är knappast en överdrift. Samtidigt är det i grunden samma verksamhet som alltid som sysselsätter förlagen, nu som då: att hitta de bästa manusen, att bearbeta texten tillsammans med författaren och att förpacka boken på ett så lockande sätt som möjligt.

Det är inte första gången Förläggareföreningen gör en sådan här tillbakablick över en händelserik tidsperiod. 2003 släppte föreningen, tillsammans med Bokhandlareföreningen, en rapport över åren 1973–2003, som beskrev hur marknaden förändrades efter de fria bokpriserna. Den här rapporten tar alltså vid där den förra slutade.

Vi tycker att det är viktigt att fortsätta historieskrivningen över branschens utveckling. Den här gången har vi valt att göra det utifrån tre perspektiv: återförsäljarna, förlagen och föreningens politiska arbete.

Ekonomijournalisten Erik Wahlin beskriver i sitt kapitel hur återförsäljarna förändrats sedan millennieskiftet. Svante Weyler, tidigare förlagschef och med mångårig erfarenhet av branschen, skriver om hur förlagen förändrats, både gällande vilka förlag som finns, vem

som äger dem och hur deras arbete ser ut. Översikten över Förläggareföreningens politiska frågor har skrivits av Mikaela Zabrodsky, föreningens nuvarande vd.

Den förra rapporten avslutades med en framtidsspaning, och så gör också denna. Richard Herold, Jesper Monthán och Martina Stenström, ledamöter i Förläggareföreningens styrelse, har tillsammans sett in i spåkulan och siar om hur de kommande tio åren kan se ut.

Mycket annat har såklart hänt under de senaste två decennierna, som inte ryms i den här rapporten. 2015 fängslades den svenska förläggaren och författaren Gui Minhai i Kina för att ha publicerat regimkritisk litteratur. Han sitter fortfarande frihetsberövad. Yttrandefriheten är den grundläggande principen för fri bokutgivning, och Förläggareföreningen är starkt engagerad i Gui Minhais fall. Vi kräver att den kinesiska staten respekterar hans mänskliga rättigheter och släpper honom fri.

Det är också omöjligt att skriva en redogörelse över det tidiga 2020-talet utan att nämnda Coronapandemin. Många branscher, särskilt inom kultursektorn, utsattes för stora prövningar. Så var inte fallet för vår bransch, som för första gången nådde över 5 miljarder kronor.

Vissa tidigare etablerade mönster accelererades under pandemin: internetbokhandeln ökade kraftigt medan den fysiska bokhandeln minskade till historiskt låga nivåer. Efter pandemin har den fysiska bokhandeln återhämtat sig något, även om den inte är tillbaka där den var 2019. Internetbokhandeln, som står för majoriteten av försäljningen av tryckta böcker, har istället tappat stort från rekordnivåerna. Hur dessa två försäljningskanaler utvecklas kommer vara av största vikt för den tryckta bokens position de närmaste åren.

Med den här rapporten vill vi beskriva hur förutsättningarna och förhållandena på den svenska bokmarknaden förändrats under 2000-talets första två decennier. Trots stundvis turbulens har branschen klarat att anpassa sig till en ny, mer digital, verklighet. Men vi ser också att marginalerna är små. En livskraftig bokutgivning med mångfald, kvalitet och fördjupning kräver resurser. Inom branschen jobbar vi intensivt för att säkerställa att den svenska litteraturen även framöver ska vara så mångfasetterad. Vi förväntar oss att politiken kommer att göra detsamma.

Stockholm augusti 2024

RICHARD HEROLD, ORDFÖRANDE

MIKAELA ZABRODSKY, VD

ÅTERFÖRSÄLJARNA

Paradigmskifte

Erik Wahlin

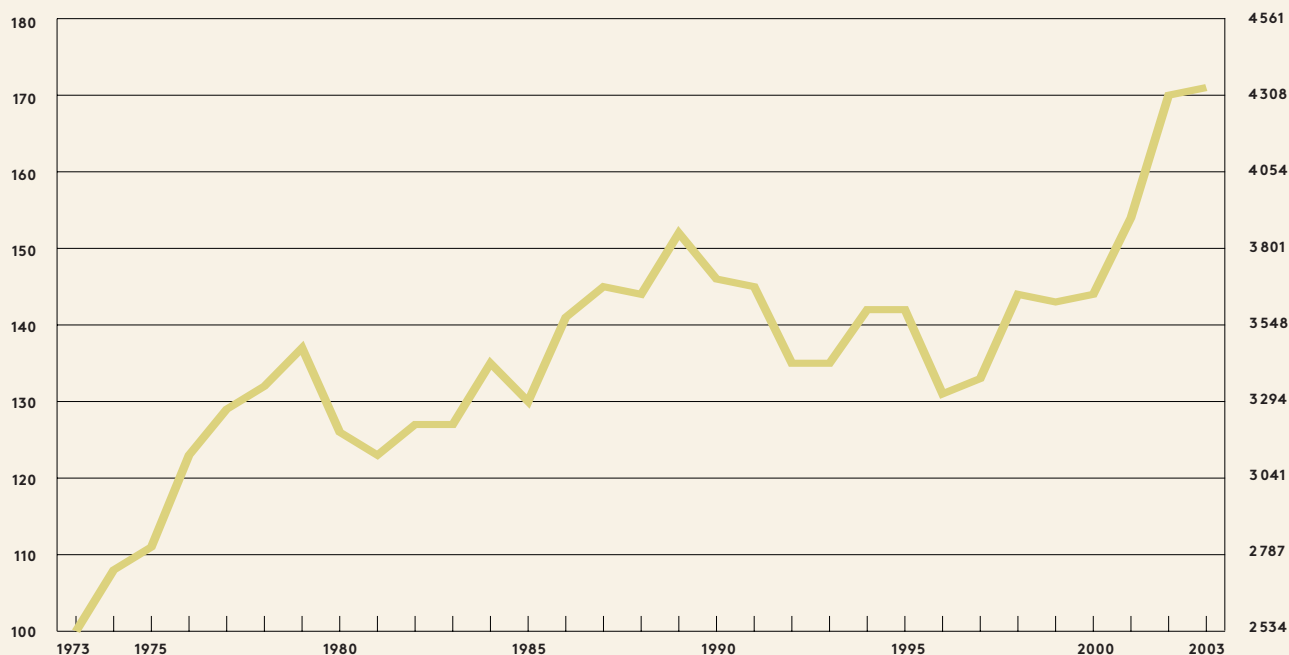
2003 – LUGNET FÖRE STORMEN

USA anföll Irak, Anna Lindh mördades och Sverige röstade om EMU. År 2003 slår också den svenska bokförsäljningen rekord. Det säljs totalt 40 miljoner böcker i bokhandeln, varuhus, bokklubbar, livsmedelsbutiker kiosker och bensinmackar. Siffran är den högsta sedan Förläggareföreningen började föra statistik drygt 30 år tidigare. Sänkningen av bokmomsen året innan från 25 till 6 procent har eldat på. Lönsamheten är god och branschen växer. Från 2003 och under resten av 00-talet öppnar varje år fler bokhandlar i Sverige än som läggs ned.

Kommissionssystemet hade upphävts år 1970 och den svenska marknaden hade därefter successivt förändrats. Med fri prissättning och fri etableringsrätt hade bokklubbar och varuhusförsäljning blivit de nya viktiga försäljningskanalerna, som med bästsäljare och stora upplagor vände sig till den läsande medelsvensson snarare än en litteraturintresserad elit.

Bokklubbarna slår visserligen försäljningsrekord 2003 men har långsamt börjat att tappa i marknadsandel. Varuhusens bokavdelningar har ökat försäljningen med 150 procent på sex år och växer stadigt i betydelse som försäljningskanal. Men störst är den klassiska boklådan.

BAKGRUND: MARKNADEN 1973–2003
 Total försäljning av allmänlitteratur till konsumentvärde (i 2003 års penningvärde)
 exkl moms i fasta inflationskorrigerade priser
 Källa: Förlagsstatistiken 2003



Detta trots att antalet butiker hade minskat varje år mellan 1970 och 2002, enligt analytikern Leif Olsson i branschtidningen Boktugg.

I stället för oberoende handlare är det stora kedjor som dominerar i kanalen. I den traditionella bokhandeln står tre aktörer för två tredjedelar av omsättningen. KF-ägda Akademibokhandeln har året innan passerat en miljard kronor i omsättning och gått om rivalen Bokia. Inte långt efter kommer JB-gruppen, en sammanslutning av fristående handlare.

En ung Jeff Bezos hade 1995 lämnat sitt välbetalda finansjobb för att starta Amazon. Målet var redan från starten att bygga ett fullsortimentsvaruhus på nätet. Bezos valde att börja med böcker. Få produkter passade bättre för e-handel: standardiserade och väl katalogiserade; kompakta och tåliga, enkla att lagerföra och skeppa. Den taktila köppplevelsen är mindre viktig för läsaren än inom de flesta andra produktområden och författarna är i sig starka varumärken, starkare än de butikskedjor där boken dittills huvudsakligen hade sålts i USA.

Sverige var tidigt ute i digitaliseringen och de första renodlade svenska breda bokbutikerna på nätet öppnade inte långt efter pionjärerna dragit igång i USA. Förläggarna Kajsa Leander och Ernst Malmsten startade Bokus 1997 och sålde redan året efter en stor del av bolaget till KF. I samma veva grundades Adlibris av Pär Svärdson.

I slutet på 1999 möttes Jeff Bezos och Pär Svärdson på Vasamuseet i Stockholm. Detta i samband med att Amazon höll en företagspresentation för svenska förläggare. Mötet är återberättat av Svärdson i en intervju med Dagens Industri många år senare.

– Om ni ska etablera er i Sverige och Skandinavien, så är det Adlibris ni ska köpa, säger Pär Svärdson till Jeff Bezos.

Amazon-grundaren ställer några kontrollfrågor, de två pratar om saken en stund och beslutar att ses några veckor senare för att diskutera förutsättningarna för en affär. Amazon hade då katalogiserat alla skandinaviska boktitlar och planerade att lansera en svensk sajt i slutet på år 2000. I stället sprack it-bubblan och börserasade. Uppföljningsmötet mellan Bezos och Svärdson rann ut i sanden och Sverigelanseringen fördröjdes med tjugo år.

Andra nätbokhandelsföretag försvann eller svaldes av konkurrenter, Adlibris och Bokus överlevde. År 2003 är dessa två nätbutiker växande men fortfarande förhållandevis små, med vardera en tiondel av marknadsledaren Akademibokhandels omsättning.

Den svenska bokhandeln hade inte bara överlevt den första vågen av digitala utmanare utan också konsoliderat marknaden genom KF:s köp av Bokus. Den fysiska bokhandeln hade visat sig starkare än vad det sena 1990-talets internetprofeter gissat. Framtiden såg hyfsat ljus ut.

VÄXANDE NÄTHANDEL

Näthandeln hade snabbt visat sig funka inom nischade böcker, som science fiction och psykologi, där fysiska lådor hade tuffare att konkurrera med ett välsorterat specialutbud till ett kundunderlag spritt över hela landet.

Den breda läsande allmänheten behövde däremot mer tid på sig. Många uppskattade säkert ritualen att gå till sin bokhandlare, kika på ryggarna, bläddra, lukta, känna. Internet var fortfarande förknippat med osäkerhet, och det tog emot att skicka kontokortsuppgifter rakt

”

Om ni ska etablera er i Sverige och Skandinavien, så är det Adlibris ni ska köpa, säger Pär Svärdson till Jeff Bezos.

ut i cyberrymden. Fördelen med att klicka hem en bok på nätet och få den levererad via posten flera dagar senare var inte så uppenbar, när samma titel gick att plocka upp runt hörnet på lunchrasten.

Med facit i hand är det lätt tänka att utvecklingslinjerna under samtiden var lika tydliga och enspåriga som de framstår för oss nu, men att förutspå utvecklingen är svårt. Svenska Förläggareföreningens tjugofem år gamla antologirapport *Bokbranschen i Sverige – om utvecklingen mellan 1973 och 2003* har ett kapitel om framtiden. Där sammanfattas nätets förväntade betydelse i återförsäljarledet:

»Informationsteknologin möjliggör också andra typer av försäljningskanaler som Internetbokhandel, som väntas få en viss – men långt ifrån dominerande ställning – inom boksektorn.«

Näthandelns fördelar skulle med tiden visa sig starkare än branschens konsensus förutsåg. Förlagen var gamla organisationer, där hjärtat slog för boken. Samma sak med många traditionella bokhandlare. Bokus och Adlibris hade en mer entreprenöriell approach till att sälja böcker och var skickliga på marknadsföring. Utbudet var betydligt större än i en typisk boklåda, då samtliga böcker i sortimentet var tillgängliga för alla på samma premisser, oavsett var i landet kunden bodde. För dem som inte hade bråttom var det ett bekvämare och effektivare sätt att handla. Sedan var det ju oftast billigare, vilket så klart inte är helt oväsentligt. Med den helt transparenta prissättningen på nätet ökade också den allmänna prispressen i branschen, där slutkunden var en av de stora vinnarna.

Bonnier köper Adlibris år 2004. Med KF som ägare till Bokus har då de två dominerande e-handelsspelarna båda starka huvudägare som kan bokbranschen. Nätet tar långsamt marknadsandelar, år efter år, procent efter procent. År 2012 har e-handeln växt till en fjärdedel av marknaden. En del av försäljningen tas från varuhus, grossister och bokklubbar men den stora förloraren är den traditionella bokhandeln.

En hel del fristående boklådor hade då redan sålts till de två största kedjorna Bokia och Akademibokhandeln. Men även där blev den strukturella motvinden alltmer tydlig. Båda bokkedjorna förlorade pengar och marknadsandelar, och med stadigt minskande kundunderlag fanns inte mycket som tydde på att det skulle bli bättre framöver. Rivalerna Bokia och Akademibokhandeln började i hemlighet diskutera en sammanslagning, något som skulle varit otänkbart bara några år tidigare. I maj 2012 meddelade Bokias två huvudägare Natur & Kultur och Killbergs att de kommit överens med Akademibokhandeln om att gå samman.

FRÅN VARA TILL TJÄNST

The Pirate Bay var långt ifrån först när fildelningssajten lanserades hösten 2003. Hårdvaran bestod av en pc i en källare på medgrundaren Gottfrid Svartholm Wargs jobb i Mexico City. Som en del av upphovsrättskritiska tankesmedjan Piratbyrån marknadsfördes sajten som något mer än en simpel stöldgoodscentral. Piratkopiering var en positiv kraft. På några år blev The Pirate Bay världens ledande fildelningssajt och ett globalt fenomen.

Musikbranschen blev sig aldrig sig lik och snart skulle även filmindustrin skakas om. The Pirate Bay blev även starten på ett förlopp som indirekt skulle förändra den svenska bokbranschen och som lärde miljontals unga människor att konsumera film, musik och böcker som en tjänst, inte en vara.

Ljudboken har en lång historia. Redan på 1800-talet lästes texter in på fonografcyllindrar, ofta poesi eller korta teaterstycken. I början på 1930-talet gjordes ansatser i USA och Storbritannien att tillhandahålla böcker åt synskadade och andra som av olika skäl inte kunde läsa. Det kunde vara stycken ur bibeln, lyrik eller korta berättelser av författare som Rudyard Kipling och P G Wodehouse.

Med LP-skivans längre uppspelningstid växte formatet, men var fortfarande en liten nisch. Det var först med kassetten på 1970-talet som den kommersiella ljudboksindustrin tog fart, tack vare ett smidigare format som funkade utmärkt i bilen. Ljudkassetter gick också att kopiera hemma, med den första vågen av piratkopiering till följd.

Sony Walkman, den första freestilen, lanserades 1979 och blev en braksuccé. Under första halvan av 1980-talet var Walkman en symbol för frihet och individualism och där formades det konsumentbeteende vi ser än i dag, att lyssna på böcker med hörlurar kopplade till en apparat i fickan, var som helst och när som helst utan att störa eller bli störd av någon annan.

Digitala textböcker har också en förvånansvärt lång historia och från allra första början såddes en idé om att dessa inte nödvändigtvis behövde kosta pengar. Datorstudenten Michael Hart knappade in USA:s självständighetsförklaring på University of Illinois stordator, och producerade där och då vad brukar räknas som den första e-boken, en råtextfil i versaler. Självständighetsförklaringen blev också den första titeln i Project Gutenberg, en nättjänst som grundades av Hart, med gratis nedladdning på upphovsrättslösa böcker. Där ligger den

”

The Pirate Bay blev även starten på ett förlopp som indirekt skulle förändra den svenska bokbranschen och som lärde miljontals unga människor att konsumera film, musik och böcker som en tjänst, inte en vara.

fortfarande, med releasedatumet 1 december 1971. Project Gutenberg är för övrigt förlagan till svenska Projekt Runeberg, även det ett ideellt projekt som grundades av programmeraren Lars Aronsson 1992.

När The Pirate Bay drog i gång var ljudboken en av bokbranschens verkliga framtidshopp.

Enligt Förlagsstatistiken fördubblades försäljningen av fysiska ljudböcker i Sverige år 2003 till 660 000 exemplar. Rapporteringen av ljudböcker i statistiken var relativt ny, så ökningen kanske i realiteten var både större och mindre, men att det gick uppåt är liten tvekan om.

Ljudboken var digital i betydelsen att informationen inte var analog utan låg kodad som ettor och nollor på cd-skivor. I allt annat var det i högsta grad en fysisk produkt, en plastklump fjorton centimeter bred, tolv centimeter hög och varierande djup beroende på antalet cd-skivor som krävdes för att få plats med inläsningen. Exempelvis Leif G W Perssons bästsäljare *En annan tid, ett annat liv* från 2003 inläst av Thomas Pontén var 13 timmar och 39 minuter lång vilket krävde elva cd-skivor.

Cd-formatet lämpade sig också utmärkt att piratkopiera. Vem som helst med grundläggande datorvana stoppade in skivorna i datorns cd-rom-läsare och med ett par knapptryck transformerade dem till hårdkomprimerade mp3-filer, perfekta att dela på nätet.

Mp3-filerna gick att lyssna på i en Apple Ipod eller vilken annan mp3-spelare som helst, inklusive en dator. Kvalitetsförlusten var försumbar. En illegalt nedladdad bok var på så vis en betydligt smidigare produkt än de ljudböcker som såldes i handeln.

Hovrättslagmannen Cecilia Renfors konstaterade i en statlig offentlig utredning hösten 2007 att det behövde erbjudas konsumentvänliga, lagliga alternativ för att den illegala fildelningen skulle dämpas. Få i branschen lyssnade, eller så pekade man på de legala tjänster som tillhandahölls och fildelningen därmed uppenbarligen inte berodde på brister i de lagliga nedladdningsbutikerna.

Renfors skulle senare visa sig ha rätt. Men innan den insikten slog rot var det piskan som gällde. Polisen gjorde tillslag mot The Pirate Bay vid flera tillfällen, och beslagtogs servernarna (numera parkerade i kommersiella serverhallar). Film- och musikbranschen gick instinktivt efter piskan, och otaliga upphovsrättsprocesser inleddes över hela världen, ofta statuerades exempel med böteskrav mot enskilda privatpersoner som hade laddat ned en film eller ett album.

Piskan hjälpte inte mycket när konsumenternas beteende hade

förändrats. Ingen laglig tjänst kunde matcha The Pirate Bays enorma utbud av musik och film. Ju populärare titel, desto snabbare gick nedladdningen, för så funkar *peer-to-peer*-tekniken.

År 2007 var den genomsnittligt sålda upplagan för en ny fysisk ljudbok ungefär hälften så stor som två år tidigare. I Sverige fanns då ett 25-tal legala tjänster för att köpa legala nedladdningsbara ljudböcker och e-böcker. Förlagen skippade klokt nog klumpiga kopieringsskydd, som ändå gick att kringgå och främst krånglade till det för legala konsumenter. Det hindrade inte att de flesta ljudböcker efter några månader gick att ladda ned gratis på The Pirate Bay.

När Förläggareföreningen gjorde en kartläggning i januari 2008 fanns 17 av 20 bästsäljande ljudbokstitlar att ladda ned från The Pirate Bay, inklusive hela Stieg Larssons Millennium-trilogi. E-böcker var – och är – ett marginellt format i Sverige, men gick givetvis även dem att plocka hem från piratsajten. Men bokbranschen i Sverige kom ändå förhållandevis lindrigt undan.

Marc Randolph var egentligen geolog men precis som entreprenören Reed Hastings en del av Silicon Valley-kulturen när de tillsammans startade Netflix år 1997. Då var affärsidén att hyra ut dvd-filmer via internet och distribuera skivorna som brev på posten. För att spara vikt – och därmed pengar – skickades skivorna i tunna standardiserade pappersfodral med Netflixlogga, alltså utan det färgglada påkostade tjocka plastomslag gjort för att fånga ögonen i videobutikerna. För kunderna spelade det mindre roll. Hyrbeslutet fattades framför skärmen, därefter var innehållet det viktiga, inte förpackningen.

Snart slopades helt den traditionella videobutiksmodellen där kunden betalade per hyrd film och åkte på förseningsavgift om det slarvades med returen. Produkten blev ett månadsabonnemang, där medlemmarna fick låna hem obegränsat antal filmer mot en fast avgift. Ju fler desto bättre, en nöjd kund stannar kvar.

I slutet av 00-talet hade både Netflix och Amazon experimenterat med att strömma filmer över internet. Netflix började bygga upp en katalog med tv-serier. Bland annat förvärvades visningsrätten till kriminaldramakomedin *Breaking Bad*, som kabel-tv-kanalen AMC övervägde att lägga ned efter tre säsonger. Hela säsonger släpptes samtidigt för tittaren att konsumera i den takt hon önskade. I samma veva börjar också Netflix beställa helt egna produktioner. Först ut var politikerdramat *House of Cards*.

Här var nu en ren videoströmningstjänst med fast månadspris, brett

utbud av syndikerat material kompletterat med egenproducerat exklusivt innehåll. Under decenniet som slutade 2020 var Netflix den högst avkastande aktien i det amerikanska storbolagsindexet S&P-500.

Spotify lanserades något år efter Netflix första strömningstjänst. Den svenska musiktjänsten lyckades med konststycket att övertala världens ledande skivbolag att ge tillgång till sina kataloger. Detta genom att skivbolagen fick bli delägare i Spotify och samtidigt motta lukrativa rättighetsersättningar.

Spotify blev snabbt världens största musikströmningstjänst och är det fortfarande. Spotify och strömningstjänsterna som följde efter blev vändningen för musikindustrin, efter att piratkopieringen krossat den gamla affärsmodellen under 00-talet.

Bara Spotify hade i slutet av 2022 betalat ut cirka 40 miljarder dollar i ersättning till rättighetsägarna. Strömning står idag för två tredjedelar av den globala musikindustrins intäkter, som numera är högre än före piratkopieringen, också inflationsjusterat. Spotify är noterat på New York-börsen. Marknadsvärdet är i skrivande stund 52 miljarder dollar, betydligt mer än Nordens största bank Nordea.

Spotify och Netflix hade också visat att framgångsrika strömningstjänster inte alls behövde komma inifrån branschen. Tvärt om, utifrån perspektivet kan vara en framgångsfaktor. Bland startupbolagen och deras *venture capital*-investorer är brist på respekt för de etablerade aktörernas affärsmodeller en av de viktigaste verktygen för att få nya bolag att växa snabbt.

Bolag med en längre historia har i regel *legacy systems*: äldre datasystem, hårdvara och teknik som fungerar tillräckligt bra och därmed är det svårt motivera att lägga tid, pengar och ledningsresurser på att byta ut. Nystartade bolag måste av nödvändighet bygga upp organisation, affärssystem, gränssnitt och databaser, vilket är resurskrävande, men väl på plats toppmoderna och optimerade för affärsmodellen.

Konkurrensfördelen finns även i mjuka värden. Uttrycket *creative disruption* myntades av ordföranden för amerikanska reklamjätten TBWA Jean-Marie Dru som en marknadsföringsstrategi, och anspelar på nationalekonomen Joseph Schumpeters koncept kreativ förstörelse (på engelska *creative destruction*). En konkurrent utifrån behöver i lägre grad ta hänsyn till mångåriga kundrelationer, personkopplingar, uttalade regler och maktstrukturer i branschen, liksom cementerade uppfattningar om affärslogiken.

Det är svårt att belägga kvantitativt, men ingen säger emot be-

skrivningen att den svenska bokbranschen historiskt har färgats av kärleken till boken. Denna kärlek ger en annorlunda dynamik än andra branscher, vilket gäller både förlagen och återförsäljarna, i synnerhet den traditionella fysiska bokhandeln. Å ena sidan ger denna kärlek en stadga, en passion och ett engagemang. Å andra sidan ger den större handlingsfrihet till den som framför allt har som mål att tjäna pengar.

Kemiingenjören Jonas Tellander hade tidigare jobbat på dagligvarubolagen Unilever och Arla. Han var ansvarig för licensieringsfinansiering på schweiziska läkemedelsjätten Roche när han 2005 bestämde sig för att hoppa av.

Tellander hade några år tidigare stött på den då fristående amerikanska ljudbokstjänsten Audible, som på den tiden sålde ljudböcker i mp3-format. Tillsammans med datavetaren Jon Hauksson startade han 2005 bolaget Bokilur, en digital tjänst för att lyssna på ljudböcker via mobiltelefonen.

Problemet var bara att mobiltelefonerna i folks fickor hade för litet minne för att husera mp3-filer. Lösningen blev att strömma ljudböckerna, så kunderna slapp spara ned filer på telefonen. Bokilur blev först i världen med att strömma ljudböcker.

Även med strömning visade det sig att Bokilur var för tidiga ut på marknaden. Data över mobilnätet var en ung och otillförlitlig teknik. När Bokilur lade upp första ljudboken – *Bränn inte ut dig* av Barbro Bronsberg och Nina Vestlund – fanns inga smarta telefoner av dagens snitt. Det skulle dröja nästan tre år innan Iphone lanserades i Sverige sommaren 2008.

Då hade Bokilur bytt namn till Storytel och var fortfarande världens enda tjänst för att strömma ljudböcker. Tjänsten hade 10 000 betalande kunder, en omsättning på 4 miljoner kronor och växte snabbt. Men att bygga en helt ny marknad är dyrt och Storytels pengar var slut.

I tv-programmet Draknästet får tittarna se hur entreprenörer pitchar för en panel av investerare i förhoppningen att en eller flera av dem ska gå in med kapital mot en ägarandel. Jonas Tellander ansökte om att få vara med och antogs. När avsnittet spelades in i november 2008 hade den amerikanska investmentbanken Lehman Brothers nyligen gått i konkurs, de globala finansmarknaderna hade brakat samman och ekonomin i Sverige – liksom stora delar av världen – var på väg in i en djup lågkonjunktur. Förutsättningarna för att locka till sig riskkapital kunde knappast varit sämre.

En väl förberedd Jonas Tellander erbjöd 10 procent av aktierna

”

Spotify och Netflix hade också visat att framgångsrika strömningstjänster inte alls behövde komma inifrån branschen. Tvärt om, utifrånperspektivet kan vara en framgångsfaktor.

i Storytel för 2 miljoner kronor och meddelade att han lika mycket sökte en affärspartner som kunde hjälpa till att expandera Storytel till fler länder.

Tre av drakarna tackade nej. Den fjärde, Sven Hagströmer, sa sig vara beredd att investera 2 miljoner kronor i Storytel men ville ha 30 procent av bolaget, det vill säga betala en tredjedel per aktie jämfört med Tellanders utgångsbud. Sist ut var medieentreprenören Richard Båge, som bjöd 1 miljon kronor för 10 procent av bolaget och ytterligare 1 miljon om Storytel nådde målet att omsätta 10 miljoner kronor under 2009. Båge och Tellander skakade hand och bolaget överlevde.

Storytel fortsatte att investera i en ambitiös internationell expansion, men det var i Sverige bolaget hade störst genomslag. Med smarta telefoner snart i var mans ficka blev Storytels strömmade ljudboksabonnemang en *killer app*.

Betydelsen för den svenska bokmarknadens utveckling under decenniet som följer är svår att överskatta. Kortfattat har dagligvaruhandeln och bokklubbarna tappat mest i försäljning. För tjugo år sedan stod dessa två kanaler ganska jämnt för 50 procent av förlagens försäljning, med fokus på bredare litteratur som deckare och spänning. De två kanalernas andel hade 2022 krympt till mindre än 12 procent samtidigt som strömningsbolagen och andra rent digitala återförsäljare hade tagit 40 procent av marknaden.

En förutsättning för denna markanta kanalförskjutning är innehåll. Storytel fick tidigt tillgång till de svenska förlagens ljudbokskataloger. Förlagen får en del av intäkterna från lyssnarnas månadsavgifter och ersätter i sin tur sina författare och inläsare, en modell som påminner om Spotify.

Intäkten är låg per konsumerad titel för förlagen, men abonnenterna är många så sammantaget blir det stora pengar. Storytel anger inte hur mycket specifikt de svenska förlagen får i ersättning. Årsredovisningen ger en hint. Två tredjedelar av intäkterna från externa kunder går till »Kostnad sålda varor«. I Sverige hade Storytel intäkter på 1,4 miljarder kronor från externa kunder 2022. Även om dessa poster även inkluderar verksamheten med tryckta böcker handlar det om ett antal hundratal miljoner som årligen skickas från Storytel till svenska förlag, som ersättning för streamade ljudböcker. Totalt genom åren är det miljardbelopp. På Storytels kapitalmarknadsdag 13 juni 2023 avslöjade bolaget att totalt 6 miljarder kronor betalats ut till rättighetshavare genom åren, och då är Sverige den absolut största marknaden.

Med tanke på att Storytel fokuserat på expansion snarare än lönsamhet, och förlorat pengar på den löpande verksamheten, så är förlagen de stora ekonomiska vinnarna på strömningstjänsten. Det hindrar inte att relationen är komplicerad. Flera förlagshus har dragit i gång egna strömningstjänster som riktar sig direkt till konsumenter. Bonnierförlagen startade redan 2010 Laudio, ett »Spotify för ljudböcker«, men lyckades inte rå på marknadsledaren Storytel. Tre år senare försökte Bonnier igen med Adlibris Mondo. År 2016 skrotades bägge till förmån för Bookbeat, som numera är koncernens strömningssflaggskepp.

Enligt Svensk Bokhandel hade Bookbeat 200 000 betalande svenska abonnenter hösten 2023. Storytel avslöjar inte exakt hur många svenska abonnenter de har, men är betydligt större med ungefär halva den svenska bokstreamingmarknaden.

Samtidigt som Bonnier gått in på strömningssmarknaden har Storytel blivit en av Sveriges absolut största förlagsgrupper. Redan för tio år sedan förvärvades ljudboksförlaget Storyside. Några år senare köptes landets näst största förlagsgrupp, Norstedts. Senare har även Lind & Co tillkommit. Genom att äga förlag säkrar Storytel ljudboks-rättigheter och skapar en starkare förhandlingsposition gentemot de andra förlagsgrupperna.

Så här långt finns också Storytel-förlagens ljudböcker att lyssna på hos Bookbeat liksom Bonnierförlagens katalog hos Storytel. Trea på den svenska marknaden är Nextory, som drog igång bokströmningstjänsten 2015 och idag finns i nio länder. Nextory äger inga egna förlag och har fått känna av den nya maktbalansen i branschen, när Storytel Books under en period drog tillbaka sina förlags titlar från konkurrenten efter att parterna inte kunnat komma överens om ersättningen.

Strömningstjänsterna – den tredje vägen av digitalisering för bokåterförsäljarna – har under den senaste tioårsperioden tagit stora marknadsandelar med en helt ny affärsmodell och utan att behöva besvära sig med att skicka hårda paket kors och tvärs över Sverige. Kanalförändringar har skett samtidigt som den svenska bokbranschen som helhet tappat i omsättning.

”

Betydelsen för den svenska bokmarknadens utveckling under decenniet som följer är svår att överskatta.

ÅR 2023 – EN ANNAN VÄRLD

När tjugooårsperioden går mot sitt slut domineras bokförsäljningen i Sverige av tre aktörer, varav två är vertikaler.

BONNIER. Äger Sveriges största förlagskoncern. Sedan 2004 äger Bonnier även Adlibris, landets största nätbokhandel med cirka 50 procent av svenska marknaden, där också Campusbokhandeln och Pocketshop ingår. Bonnier driver dessutom streamingtjänsten Bookbeat, som är tvåa på den svenska marknaden. I koncernen ingår också bokklubbar, som numera står för en mindre del av omsättningen.

BOKUSGRUPPEN. Sveriges största bokåterförsäljare av fysiska böcker. I koncernen ingår Akademibokhandeln som är den i särklass största bokhandelskedjan, med cirka 75 procents marknadsandel av bokförsäljningen i fysisk bokhandel. I koncernen ingår också Sveriges näst största nätbokhandel, Bokus. Tillsammans med Akademibokhandeln Online är marknadsandelen på e-handel med böcker cirka 30 procent. I gruppen ingår även Bokus Play, som är en mindre spelare på strömningsmarknaden.

STORYTEL. Vid sidan av att vara Sveriges största strömningstjänst av ljudböcker och e-böcker, och därmed den största distributören i konsumerade titlar mätt, äger Storytel förlagsgruppen Norstedts, liksom Storyside och en majoritetspost i Lind & Co, vilket sammantaget gör dem till Sveriges näst största förlagsgrupp.

Det har alltså skett en maktförskjutning på återförsäljarmarknaden under två decennier. Storytel existerade inte alls för tjugo år sedan. På den tiden var Bonniers starkaste återförsäljarkanal bokklubbar, i övrigt var koncernen en liten spelare i konsumentledet. Det som idag är börsnoterade Bokusgruppen var för tjugo år sedan i allt väsentligt den då ledande bokåterförsäljarkoncernen KF Media, en spelare som i dag inte existerar. Borta är också Bokia, som gått ihop med Akademibokhandeln, och därmed också Natur & Kultur som ägare av en återförsäljare.

Även bland de fristående boklådorna har det skett en konsolidering, när JB-gruppen och Ugglan gick samman 2018. Under Ugglan Bokhandel samlas idag 82 butiker över hela Sverige som framför allt samarbetar på inköpsidan.

År 2003 sålde medlemmarna i Svenska Förläggareföreningen böcker till återförsäljarna för 1,6 miljarder kronor. Tjugo år senare låg faktureringen på 1,9 miljarder, inklusive digitala böcker. Det kan vara frestande att tolka siffrorna som att förlagen – indirekt hela bokbranschen – framgångsrikt har hållit uppe försäljningen under denna period av dramatisk förändring.

Justerat för inflation blir bilden lite annorlunda. I fasta priser har omsättningen minskat med 10 procent sedan år 2003. Under samma period har Sveriges BNP ökat med cirka 50 procent, även det mätt i fasta priser. Läggs dessa två datapunkter ihop betyder det att medlemsförlagens andel av Sveriges totala ekonomi har minskat med omkring 40 procent på 20 år, vilket i stora drag speglar utvecklingen för hela bokbranschen.

Den negativa omsättningsutvecklingen beror framför allt på förändrade konsumtionsmönster. Allt färre svenskar är vanemässiga bokläsare. För femton år sedan angav 40 procent av vuxna befolkningen att de läst eller lyssnat på böcker på sin fritid varje vecka det senaste året. Vid SCB:s senaste mätning med samma metod 2021 hade andelen sjunkit till 31 procent.

Kontraintuitivt nog konsumeras betydligt fler böcker nu än för tjugo år sedan. Skillnaden är att fler lyssnar än läser. Och de som lyssnar konsumerar mer. Nära två tredjedelar av böckerna som levererades till slutkund förra året var strömmade via fastprisabonnemang.

Hösten 2023 kostade ett premiumabonnemang på Storytel eller Bookbeat 159 kronor exklusive moms. För lyssnaren var snittkostnaden per strömmad bok 34 kronor under året, enligt Bokförsäljningsstatistiken.

Snittpriset på en tryckt inbunden bok i den fysiska handeln var 170 kronor (några kronor billigare i nätbutikerna), enligt samma statistik. En pocketbok, det som förr var branschens lågprisprodukt, såldes för 60 kronor. Sammantaget för alla format, inklusive strömmade, var priset per konsumerad titel betydligt lägre än tjugo år tidigare.

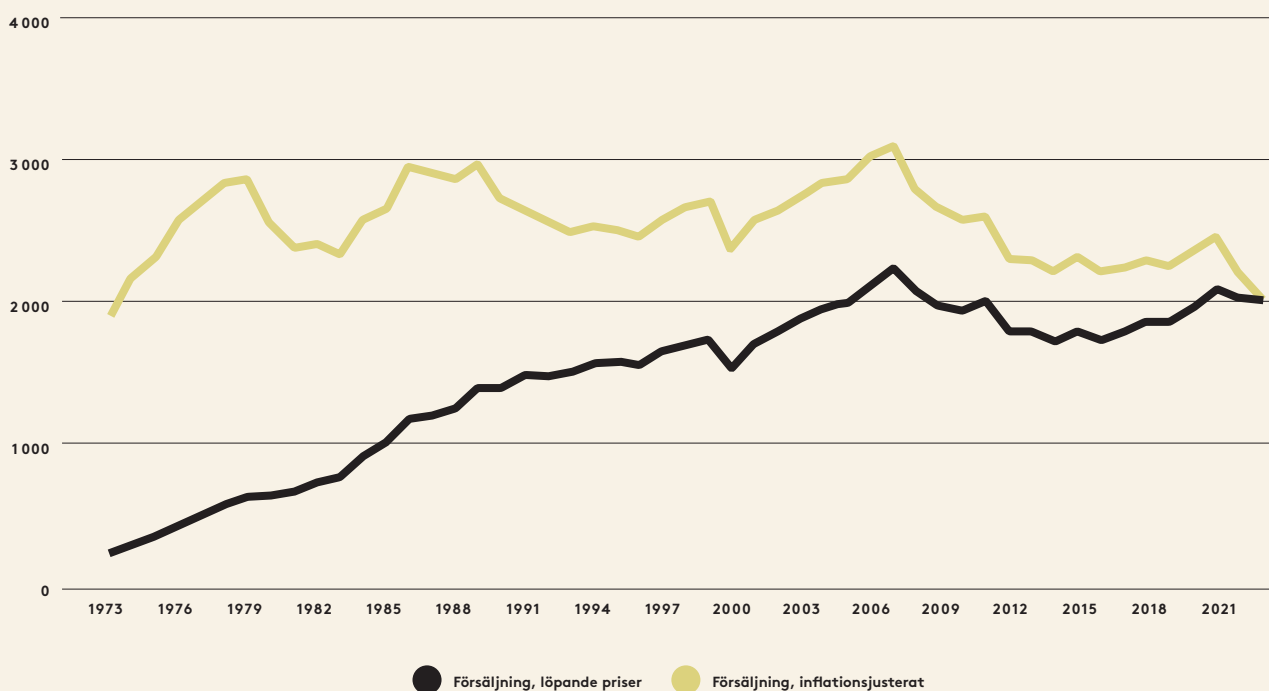
Ett annat sätt att beskriva samma skeende: år 2003 såldes 40 miljoner tryckta böcker. I fjol såldes 24 miljoner tryckta böcker. Eftersom tryckta böcker är betingar ett högre pris, står dessa för två tredjedelar av marknadens omsättning.

Omsättning är givetvis inte samma sak som lönsamhet. En fysisk bok har högre fasta och rörliga kostnader än en strömmad bok, vilket binder kapital. Det gäller för hela värdekedjan, papper, tryck, lagring,

”

Det har alltså skett en maktförskjutning på återförsäljningsmarknaden under två decennier.

FÖRLAGENS FÖRSÄLJNING 1973–2023.
Förläggareföreningens medlemsförlags fakturerade försäljning till återförsäljare, exkl moms
Källa: Förlagsstatistiken



distribution och butikshyra, för att nämna några. Den del av en tryckt upplaga som inte säljs är en investering som förlaget inte får tillbaka.

En digital bok, strömmad eller läst i e-format, ger visserligen lägre intäkter per exemplar, men är betydligt billigare att producera och distribuera, har ingen upplagebegränsning och obetydlig lagerkostnad, och därmed betydligt lägre kapitalbindning. En lägre omsättning till följd av färre sålda böcker är i sig inget problem, om marginalerna kan tas igen genom kapitaleffektivare och – per sålt exemplar – lönsammare digitala format.

Att sälja strömmade ljudböcker på abonnemang och att sälja enskilda exemplar av tryckta böcker är två totalt olika affärsmodeller, där den förra möjliggörs av de mycket låga rörliga kostnaderna på digitala format. För förlagen och författarna är ersättningen per konsumerat exemplar lägre, men kompenseras av att lyssningarna är fler. Hur återförsäljarnas totala lönsamhet påverkats av förflyttningen från fysiska böcker till digitala format är svårt att slå fast då det saknas bra tillgänglig data, likaså exakt vilka separata återförsäljare som gynnats

eller missgynnats. Grovt generaliserat: ju mer affärsmodellen byggts på att sälja fysiska böcker till en bred publik, desto tuffare har det varit att upprätthålla lönsamheten.

År 2019 gick strömningstjänsterna förbi bokhandeln som omsättningsmässigt största försäljningskanal av böcker. Året efter gick även nätbokhandeln förbi. Under en tjugofaldig period har bokhandeln gått från att vara den överlägset största försäljningskanalen, med strax under halva marknaden till att vara tredje störst med en femtedel av marknaden.

Procentuellt är bokklubbarna den största förloraren av kanalerna, som i fasta priser tappat mer än tre fjärdedelar av omsättningen på tjugofaldig år. Strömningstjänsterna har tagit en del av kunderna, då bokklubbarnas huvudmålgrupp i viss utsträckning bytt från en kanal till en annan. Samtidigt påbörjades bokklubbarnas nedgång redan i slutet på 1990-talet, långt innan strömningstjänsterna existerade. En förklaring är den framväxande näthandeln. En annan är att bokklubbarnas produkt helt enkelt inte längre tilltalade konsumenten, med färdigt urval och negativ option.

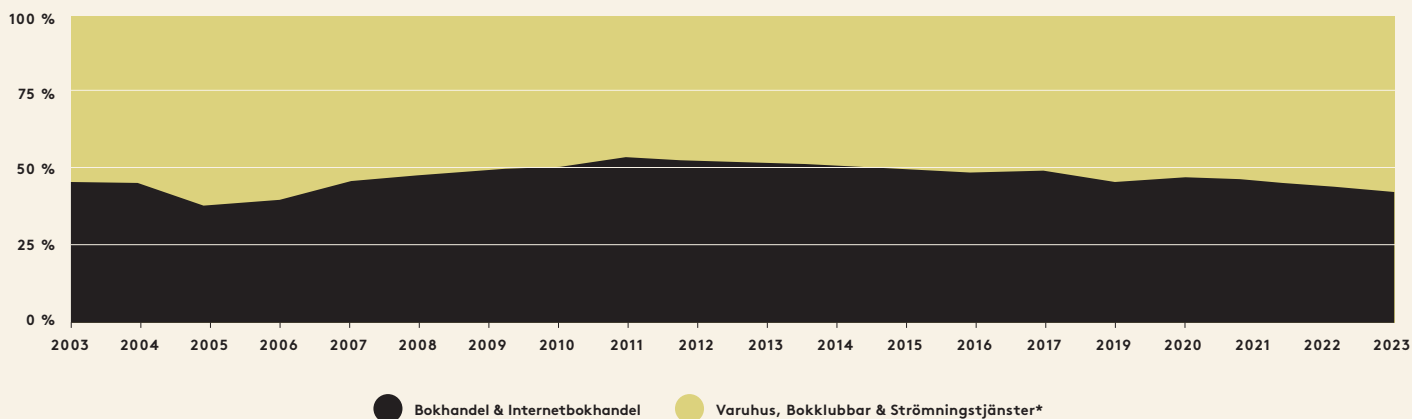
Omsättningsmässigt är kanalkategorin »Grossister och varuhus« en ännu större förlorare de senaste tjugofaldig åren. Vid sidan av varuhusens bokavdelningar är det försäljning till slutkonsument i livsmedelsbutiker, på bensinmackor och kiosker och dylikt, som köper in böcker via grossist. Sammantaget var kanalen den näst största efter bokhandeln för tjugofaldig år sedan. Likt bokklubbarna var sortimentet huvudsakligen anpassat för bredare läsargrupper, med exempelvis bestsellers, spänning och illustrerade faktaböcker.

Nedgången för varuhuset och grossisterna påbörjades senare än för bokklubbarna. Faktum är att kanalen hade sina bästa år i mitten på 00-talet. År 2005 skiljde det mindre än 10 procentenheter i marknadsandel mellan grossister/varuhus och bokhandeln. Det riktigt stora raset kom först andra halvan av 10-talet, vilket sammanfaller med strömningstjänsternas uppgång men också med nedgången för varuhus i spåren av nya konsumentbeteenden.

Näthandeln är en given förklaring men även att konsumenterna överhuvudtaget handlar mindre i fysiska butiker. E-handeln har mer än tjugofaldigats sedan 2003, enligt Postnords E-barometer, med minskad *foot traffic* i köpkvarter och gallerior till följd. Färre kunder passar på att köpa en present i lokala boklådan när man ändå ska till klädbutiken eller lockas in av skyltfönstret på väg till järnaffären.

SUPERKANALER: 2003–2023

Källa: Förlagsstatistiken 2023



*Inkluderar även direktförsäljning, exportförsäljning och övriga återförsäljare

Den fysiska traditionella bokhandelns marknadsandel har fallit kontinuerligt under hela tjugoförperioden, från över 50 procent till lite mer än 20 procent. I kronor räknat är bokhandeln också den kanal som tappat mest. Toppåren var i mitten på 00-talet. Då låg förlagens försäljningen till kanalen på över miljarden omräknat till 2022 års priser, i dag ligger den strax över 400 miljoner kronor.

Ett annat sätt att beskriva utvecklingen för bokåterförsäljarna är att dela upp de olika kanalerna i två grupper. Den ena gruppen består av grossister/varuhus, bokklubbar och strömningstjänster, som vänder sig till en bredare läsekrets. Den andra gruppen, som består av den fysiska bokhandeln och nätbokhandeln, vänder sig till i högre grad till en mer bokintresserad publik. Uppdelningen är givetvis en generalisering, men dessa två grupper har ungefär samma marknadsandel både i början och slutet av perioden: ungefär hälften var. Näthandlarna har tagit marknadsandelar av boklådorna. Strömningstjänsterna har tagit marknadsandelar av grossister, varuhus och bokklubbar.

Bägge grupper har förändrat sitt konsumtionsmönster och besöker överhuvudtaget fysiska butiker mindre frekvent än för tjugo år sedan.

Strömningstjänsterna har effektivt fångat in den bredare läsekretsen, som i högre grad eftersöker bästsäljare, spänning och romantik, genrer som dominerade i matbutiker, varuhus och delvis bokklubbar.

Gruppen av bokintresserade har i högre grad kvar behållit vanan att läsa fysiska böcker – fortfarande huvudprodukten för näthandeln – och får där utbud och priser som mycket få fysiska bokhandlare kan matcha.

Med minskad omsättning, nya konsumtionsmönster, minskat läsande och nya framgångsrika digitala konkurrenter i näthandeln och strömningstjänsterna har tjugoårsperioden inneburit ett paradigmskifte för branschen, med förändrade affärsmodeller och nya dominerande aktörer.

De återförsäljare som tidigare sålde böcker som en produkt av många har i hög grad lämnat marknaden. Återförsäljare med böcker som huvudprodukt har tvingats att förändra affärsmodellen eller genom konsolidering bli en del av en större organisation. De som inte förändrats har till stor del slagits ut. Vinnarna är många men förlorarna är fler i en bransch som i många år innan dess präglats av förvånansvärd stabilitet.

”

Återförsäljare med böcker som huvudprodukt har tvingats att förändra affärsmodellen eller genom konsolidering bli en del av en större organisation.

Diskussion om källor

Det finns gott om data som beskriver utvecklingen för förlagen, återförsäljarna liksom den svenska bokbranschen som helhet. Som all statistik är den inte perfekt. Tidsserier bryts när de olika distributionskanalerna viktas om annorlunda. Till det kommer avgränsningsproblem och gråzoner mellan olika kategorier.

Svenska Förläggareföreningens Förlagsstatistik har givits ut i 49 år och är en av huvudkällorna i det här kapitlet. Förlagsstatistiken är avgränsad till allmänlitteratur som säljs till slutkonsument i Sverige, är original skrivna på svenska eller utländsk litteratur översatt till svenska, men inte böcker på andra språk. Allmänlitteratur inkluderar skönlitteratur, facklitteratur samt barn- och ungdomsböcker men inte läroböcker, forskningsrapporter och yrkeslitteratur.

Exakt hur stor del av den svenska bokmarknaden som faktiskt omfattas av statistiken är svårt att säga. En tumregel som brukar användas är 70 procent av allmänlitteraturen. En annan är att Förlagsstatistiken omfattar lite mer än hälften av allt som kan klassificeras som bok.

Svenska Förläggareföreningen och Svenska Bokhandlareföreningens årliga gemensamma rapport med Bokförsäljningsstatistik har data även från konsumentledet och ger därmed en uppfattning av hur det går för olika kategorier av återförsäljare som grupp. Bokförsäljningsstatistiken har getts ut från 2013 och framåt och täcker alltså bara halva perioden som berörs i den här antologin. Den ger en mycket bra bild av marknaden men har brister. Abonnerade strömningstjänster är numera den största försäljningskanalen mätt i antal

konsumerade titlar, men är med först en bit in på tioårsperioden och då med delvis bristande data. Nätbokhandeln är omsättningsmässigt den största kanalen men redovisas av konkurrensskäl ihop med bokklubbar i statistiken. Det grumlar bilden, dels för att bokklubbar haft en tydlig nedåtgående trend, dels för att ett antagande är att den typiska bokklubbkunden inte nödvändigtvis är den typiska kunden inom internetbokhandeln.

En annan källa är tidningen Svensk Bokhandels årliga bokhandelsspecial, som bygger på bokhandlarnas senaste offentliga årsredovisningar. Den ger en bild av hur det företagsekonomiskt går för de enskilda aktörerna, liksom summerade i de kanaler bolagen verkar. Här är den största bristen att det är svårt att bedöma hur stor del av försäljningen som är böcker, och hur mycket som är papper, kontorsvaror, presentartiklar, leksaker och dylikt. En annan är att strömningstjänsterna inte redovisas tillsammans med annan bokhandel.

Dessa tre källor har alltså alla styrkor och svagheter. Därför gäller det att inte fastna i decimaler och enskilda år liksom att vara noggrann med att inte jämföra äpplen med päron. Då kan de långa, tydliga trenderna berätta en historia.

Andra källor är SCB, SOU:er, Förläggareföreningens rapporter, bolagens årsredovisningar, svensk och utländsk branschpress och affärsmedia, samt intervjuer.

FÖRLAGEN

Förläggari i disruptiva tider

Svante Weyler

STABILT? De senaste 20 åren? Frågan ställs till den mycket erfarna litteratursociologen Johan Svedjedal i Uppsala. »Skojar du? Det har varit stabilt i 100 år: Bonniers och Norstedts i kamp och med Natur & Kultur som uppstickare.«

Han har rätt – och fel. Rätt i att det är i stort sett samma aktörer som dominerar förlagsbranschen idag som för 20 år sen, och kanske till och med sedan ett sekel tillbaka. Fel därför att väldigt mycket har hänt, men egentligen först de senaste fem åren under den här undersökta perioden genom att en ny aktör har trätt in på arenan. Och det som hänt har förutsättningen att vara omvälvande, eller disruptivt som termen lyder idag.

Frågan som då måste besvaras, utöver den som gäller de här händelserna, är om bokbranschens övriga ledande aktörer vidmakthåller sin säregna förmåga till anpassning, vilket skulle få händelserna att inte vara så »disruptiva« som de kan framstå som i förstone.

Bokbranschen kunde under många år, ja nästan sedan den blev en »bransch«, intala sig att den liksom passerade under världsekonomin. Varken lågkonjunkturer, depressioner eller konkurrensen från nya medier tycktes kunna hota den i grunden. Böcker och läsning var inget som kunde väljas bort sedan de gjorts till fundament för våra västerländska demokratiska samhällen. Skulle digitaliseringen bli undantaget som bekräftade regeln?

FÖRLAGEN 2003 – FÖRLAGEN IDAG, DET SOM HÄNT OCH VARFÖR

”

Det är samtidigt
själva utgångs-
punkten för den
hårda konkurrens
som sker på
marknaden: det
nya stjäls från det
gamla.

Det finns ca 1000 förlag i Sverige, det är i alla fall den siffra som brukar nämnas. Av dem är 67 medlemmar i Förläggareföreningen, vilka motsvarar cirka 70 procent av marknaden. Det stora antalet förlag, varav de flesta sannolikt är mycket små, kan enklast förklaras med att det är så lätt att registrera ett förlag, ett samtal till Kungliga biblioteket räcker varpå den sökande erhåller ett ISBN-nummer och så finns det ett förlag.

En annan förklaring är möjligen att aspirerande författare fortfarande har svårt att få ut sina böcker på etablerade förlag – den klassiska relationen är att av ca 1000 spontant inskickade manus så antas 2–4 på de stora förlagen – och i stället väljer egenutgivning. Det finns all anledning att tro att detta är en utveckling som kommer att fortsätta och öka, inte minst tack vare de möjligheter att »skriva« böcker som den artificiella intelligensen erbjuder. Ett första tecken på fenomenets framtid kom när Amazons e-boksplattform Kindle meddelade att det är förbjudet att ladda upp mer än tre nya titlar på tjänsten – per dag! Aldrig tidigare har begreppen »förlag« och »förläggare« utmanats så mycket.

I den här rapporten kommer det att handla om de professionella allmänutgivande förlagen.

Jämfört med år 2003 har den svenska bokmarknaden gått tillbaka, om vi tar hänsyn till inflationen. Under samma tid, 2003–2023, har BNP i Sverige växt med 50 procent. Det är en stark indikation på att bokmarknaden relativt den svenska ekonomin i stort förlorat andelar. Det är samtidigt själva utgångspunkten för den hårda och kanske till dels förändrade konkurrens som sker på marknaden: det nya stjäls från det gamla. Kommer nya kunder till så försvinner – eller förändras köpbeteendet hos – andra.

Det finns flera olika typer av statistik över bokbranschens utveckling, bland annat Förläggareföreningens Förlagsstatistik och Bokförsäljningsstatistik. För att kunna följa enskilda förlags utveckling får man dock vända sig till branschtidningen Svensk Bokhandels Förlagsspecial, ett årligt specialnummer där de sedan flera decennier publicerar listor över förlagens omsättning och resultat, över uppstickare och förlorare och med kommentarer till avläsbara trender.

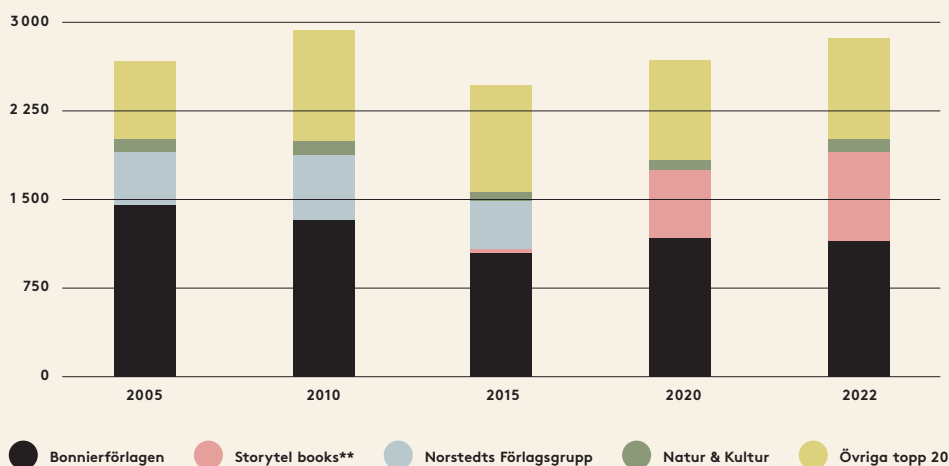
Den följande tabellen visar hur den mycket stabila situationen 2005–2015 (som alltså för vidare en situation som rätt väldigt länge) bryts när den nya strömningstjänsten Storytels eget förlag inleder utgivningen av böcker direkt för ljudboksmarknaden. Efter köpet av Lind & Co vars utgivning också i mycket hög grad riktar sig till denna marknad har man gått från 1 procent marknadsandel 2015 till 26 procent 2022.

Det är en »händelse« som styr också inriktningen av den här rapporten.

MARKNADSANDELAR TOPP 20

	2005		2010		2015		2020		2022	
	Kronor	Andel	Kronor	Andel	Kronor	Andel	Kronor	Andel	Kronor	Andel
Bonnierförlagen	1 445	54 %	1 319	45 %	1 046	43 %	1 170	44 %	1 140	40 %
Storytel Books och Storyside*					29	1 %	570	21 %	754	26 %
Norstedts Förlagsgrupp**	448	17 %	553	19 %	406	17 %				
Natur & Kultur	110	4 %	118	4 %	70	3 %	87	3 %	103	4 %
Övriga topp 20	652	25 %	928	32 %	906	37 %	838	31 %	852	30 %
Totalt	2 654		2 918		2 457		2 666		2 850	

* Storytel Books omfattar här Storyside, Norstedts Förlagsgrupp och Lind & Co ** Uppgår f.r.o.m. 2020 i Storytel Books.



Källa: Svensk Bokhandels Förlagsspecial 2005, 2010, 2015, 2020, 2022. Förlagsspecialen är en sammanställning av bolagens årsredovisningar, och innehåller även t ex bokklubbeförsäljning. Dessa siffror ska därför inte blandas ihop med Förlags- eller Bokförsäljningsstatistiken.

Bonnierförlagen består idag av inte mindre än 20 olika »enheter«. De flesta står för stora, sedan länge eller mycket länge etablerade förlag. Albert Bonniers Förlag, Forum och Wahlström & Widstrand återfinns där, precis som de skulle ha gjort för tjugo år sedan. Några är nya förvärv som Bazar (2020), Max Ström (2015) och Historiska Media (2022), väletablerade förlag som fram till försäljningen drivits av enskilda engagerade förläggare. Dessa, liksom några nystartade förlag som Romanus & Selling och Gondol, liknar till uppbyggnad och i sin självpresentation klassiska förlag.

De övriga enheterna utgörs av bokklubbar och imprints för sekundärutgivning samt en agentur.

Storytel Books, där Norstedts Förlagsgrupp numera ingår, visar upp en liknande struktur även om enheterna är betydligt färre. Förutom Sveriges äldsta förlag, Norstedts, ingår där även Rabén & Sjögren, Tiden samt de senare nyförvärven Brombergs (2020), B. Wahlströms (2018), Printz Publishing (2018) samt Massolit (2015). I Storytel men fristående från Norstedtsgruppen finns Storyside som enbart ger ut ljudböcker för strömning och det delägda Lind & Co.

Det är värt att notera att den allra största delen av dess förvärv skedde mot slutet av perioden, vilket möjligen är en indikation på att en ny konkurrenssituation gjorde mellanstora förlag mer sårbara och stora förlag angelägna om att bli större.

Natur & Kultur är den tredje ledande aktören inom allmänlitteratur och ett av de största läromedelsförlagen. Förlaget skiljer sig genom formerna för ägandet på flera sätt från de förlagsformer som dominerar bland de viktigaste konkurrenterna. Natur & Kultur ägs av en stiftelse och är därmed finansiellt mer oberoende än konkurrenterna, och de har framgångsrikt behållit den traditionella blandningen av läromedel och allmänutgivning som var normal för både Bonniers och Norstedts från början och långt in på 1900-talet. Men här finns också några förvärv som Atlantis (2016) och Weyler (2015) på den allmänutgivande sidan och Bokklubben Clio (2015, nedlagd 2021).

Samma stora förlag, bredare men inte så mycket större sett till omsättningen – ett tydligt mönster under de senaste två decennierna.

Av de här tre grupperna skiljer i sin tur Norstedts ut sig genom det blotta faktum att förlaget under de tre senaste decennierna har haft tre olika ägare: Liber (i sin tur ägt av de holländska börsnoterade förlaget Wollters Kluwer), KF Media och Storytel. Ett förhållande som lockade den ovan nämnda litteratursociologen Johan Svedjedal till en närmast

cynisk vits: »Då och då blir det kris i branschen och det slutar alltid med att Norstedts blir sålt.« I rättvisans namn ska sägas att det inte berott på förlagets prestation utan på ägarnas behov av likvida medel.

Hos flera av de förlag som när det gäller omsättningen följer på de här tre »stora« 2023 är specialiseringen iögonfallande. Harper Collins med sin koncentration på översatt underhållningslitteratur, Tukan med illustrerade böcker för barn och vuxna är tydliga exempel. Tukan som för övrigt säger sig ha utmanat branschen och »blivit en udda fågel« men som kanske med sin inriktning på underhållning och livsstil nu är mer mainstream.

Ett förlag som haft en mycket snabb utveckling är Bokfabriken (grundat 2012), på nionde plats i den aktuella statistiken, som själv beskriver sin särskildhet: »Vi som jobbar med förlaget drivs av en passion för högkvalitativ underhållningslitteratur i alla dess former: hårda thrillers, fångslände romaner, spektakulära rockbiografier, spännande kriminalromaner eller gedigna fackböcker om intressanta ämnen.« Förlaget, som har ett drygt decennium på nacken, ligger därmed också i trend när det gäller ljudboksmarknaden.

Ett annat framgångsrikt och relativt nytt förlag som precis som Bokfabriken lägger stor vikt vid underhållning är Bookmark (också grundat 2012) som meddelar, som mått på de obestridliga framgångarna de senaste åren, att de är det förlag som »säljer fler exemplar per titel i snitt än något annat förlag«. Det kan, med tanke på den ibland svårtydda statistiken, vara ett svårkontrollerat påstående.

Ett tredje, större och extremt specialiserat, förlag är förstås Storyside som bara gör ljudböcker för strömning på den egna ljudbokstjänsten. Placerat på listan över allmänutgivande förlag skulle man ta en tredjeplats när det gäller omsättning men med en iögonfallande stor förlust (ca 40 procent) som förklaras med omfattande investeringar på framför andra marknader än den svenska. Storyside förefaller till sitt väsen vara ett annat slags förlag än de andra, inte bara när det gäller själva produkten. Företagsstrategin liknar den som dess ägare, Storytel, uppvisat, med starkt fokus på expansion. Det är en strategi som förefaller vara under omprövning.

Ett förlag som varit påtagligt framgångsrikt med att ställa om utgivningen i takt med strömningstjänsternas snabba tillväxt, är Lind & Co. I den senaste katalogen, vårens böcker 2024, syns omsvängningen extremt tydligt, där den absoluta majoriteten titlar siktar på ljudboksmarknaden i första hand och marknaden för fysiska böcker i andra. Den

”

Samma stora förlag, bredare men inte så mycket större sett till omsättningen – ett tydligt mönster under de senaste två decennierna.

inriktningen gjorde förlaget på kort tid till ett av allra största redan innan försäljningen till Storytel 2021. Sedan dess har förlaget också inlett utgivning av böcker i andra länder, förvärvat ett barnboks-förlag med utgivning på arabiska och startat imprintet Pia & Co, vilket väl får ses som ett tydligt tecken på förlagets ambitioner på lång sikt.

De politiskt inriktade förlagen, oftast med vänsterprofil, som spelade en viktig roll, framför allt för utgivningen av sakprosa under 1970- och 1980-talen lyser nu ett drygt kvarts sekel senare nästan helt med sin frånvaro. Exempel på slocknade vänsterstjärnor är Oktober (maoistiskt), Arbetarkultur (Vänsterpartiets förlag), Röda Rummet (trotskistiskt). Ordfront finns kvar, var under en tid sammanslaget med Alfabet (som tidigare hette Barrikaden och var oberoende marxistiskt) men är åter självständigt medan Alfabet bildat ett gemensamt ägarbolag med Lilla Piratförlaget. Någon motsvarande tillväxt av »högerförlag« syns inte, om man inte ska räkna näringslivsägda Timbro dit.

Av de rena barnboks-förlagen har endast Opal letat sig in på listan över de tjugo förlagen med störst omsättning.

Polaris är en relativ nykomling (sen 2017) som skiljer ut sig genom sina ambitioner att ta upp kampen med de stora, »breda« förlagen med stark backning av sin danska ägare, Politiken. Som för så många andra av de mindre nystartade förlagen gäller att flera av Polaris förläggare har gedigen erfarenhet från de stora förlagen.

Det skulle krävas en särskild litteratursociologisk undersökning för att förklara vad det beror på att till synes framgångsrika förläggare lämnar stora förlag, men en kvalificerad gissning är att de stora strukturernas sätt att fungera kommer på tvärs med ett slags klassisk förläggarmentalitet – egensinne, vilja till oberoende – vars bärare då söker nya vägar och/eller nya uppdragsgivare. Det är ett faktum att förläggares rörelser bort från och mellan stora förlag har blivit gängse medan 1900-talets förlag oftast visade upp livslånga förlagskarriärer. Att som relativt ung få jobb som redaktör eller förläggare på Bonniers eller Norstedts var som att gå i mål.

Att de här rörelserna bland förläggarna sammanfaller med en mycket större rörlighet bland författarna är naturligtvis ingen tillfällighet. Förlag som Piratförlaget och Leopard startades ju som ett slags samarbetsprojekt av kommersiellt starka författare med starka band till sina förläggare. Båda dessa förlag har, efter det att den inledande fasen gått över och deras ledande författare har blivit en smula mindre ledande intagit mer normala platser i förlagslandskapet.

Vilken grupp, förläggarna eller författarna, som först sade upp den tidigare ömsesidiga lojaliteten kan vi diskutera tills kossorna går hem. Faktum kvarstår att den här rörligheten idag är mycket större än tidigare, att den kommer att bestå och att den har effekter när det gäller inriktning av utgivningen. Det är framför allt de kommersiellt framgångsrika författarna som kan och vill byta förlag och att det driver upp kostnaderna just för den här utgivningen är ingen vild gissning. Det går i sin tur ut över annan utgivning som tidigare finansierats internt av underhållningen.

Författaren av den här rapporten ledde vid vår periods början en grupp förläggare och marknadsförare/försäljare på Norstedts som idag återfinns på fem olika förlag av olika storlek och inriktning, och som alla är personer med tydlig ambition att som förläggare eller medarbetare sätta sin prägel på verksamheten. Svårigheten att hålla fast i bra förläggare tycks vara förknippad med en utvecklande faktor i bokbranschen.

Också flera av »uppstickarna«, som till exempel Bokfabriken och Lind & Co har medarbetare som är upplärda på mer traditionella förlag.

Den här frågan om var medarbetarna kommer ifrån och vad som får dem att lämna det ena förlaget för ett annat just i den här tiden, som skulle kunna kallas en brytningstid med tanke på de starka förändringarna i distributionssätten, är särskilt intressant. Det diskuteras ju inte bara inom förlagen om vem som är bäst på att genomföra en radikal, önskad eller påtvingad, förändring: den som har erfarenhet och möjligen också auktoritet från det gamla att ta med sig in i det nya eller den som står fri från traditioner och möjliga fördomar rotade i det gamla och ser världen med nya ögon. Åse Ericson, Nordenchef på Storytel, är medveten om det här när hon talar om att det tog tid att lära känna det »förlagsfolk« hon mötte när Storytel köpte Norstedts. Att man på Storytel, till skillnad från Norstedts, hellre talar om »berättelser« än om »böcker« är kanske naturligt men att den klassiska titeln förläggare (på Norstedts) har ersatts av *content officer* (på Storyside) är möjligen ett tydligt tecken på att kulturkrocken består. En förläggare hos konkurrenten Bookbeat heter heller inte förläggare utan sannolikt *content developer*.

Jan Helin har haft en rad ledande positioner inom den mediavärld som gränsar till bokvärlden, senast som programdirektör på SVT som han nyligen lämnat för en tjänst som »framtidsspanare« åt Bonnier

”

Den här frågan om var medarbetarna kommer ifrån och vad som får dem att lämna det ena förlaget för ett annat just i den här tiden, som skulle kunna kallas en brytningstid med tanke på de starka förändringarna i distributionssätten, är särskilt intressant.

News. Han är övertygad om att de förändringar som alla medieföretag kommer att tvingas genomgå på grund av digitaliseringen bäst leds och genomförs av personer med *legacy*. Begreppet, som dyker upp flera gånger under samtal med branschföreträdare, får väl översättas som en blandning av kunskaper, erfarenhet och därmed sammanhängande auktoritet från det sätt att leda förlag som gällde tidigare.

Helins synpunkt skär sig då mot det som man kunnat uppfatta som normalt i dagens förändringsarbete, att det gamla – och de gamla – står i vägen för det nya. I bokbranschen är det sammansmältningen av Storytel och Norstedts som är det pågående läroexemplet.

Det är nu inte första gången som ledningen i förlagen hämtas, om inte utanför branschen, så i alla fall från en annan plats i den. Under 1990-talet men också en bit in på det kommande decenniet, hämtades ofta förlagscheferna på Bonniers och Norstedts från de exempellöst framgångsrika bokklubbarna. Tanken måste ha varit att ägarna velat utnyttja den större kunskapen om marknaden och framför allt läsarna/bokköparna som man med viss rätt ansåg representeras av dessa nya chefer. Utfallet var blandat och om man betraktar situationen idag så leds de större förlagen, liksom många av deras avläggare, av personer som har en mer traditionell förläggarprofil, dvs kommer inifrån själva förlaget där kunskapen om urvalet av litteratur traditionellt sett trumfar kunskapen om konsumenterna.

Det finns ingen anledning att tro att de här skiftena i trender kommer att upphöra. Det man däremot kan konstatera är att den långa förlagshistorien tycks ge dem som värderar förläggarmakten högre än försäljarmakten rätt. De äldsta förlagen har nog inte alltid varit de bäst säljande förlagen men alltid de bäst väljande, det är framför allt det som beskär dem deras höga ålder.

Vid sidan av de här förlagen utmärks den svenska bokmarknaden av en rad mindre litterärt, men kanske inte lika ekonomiskt, starka förlag. Exempel: Daidalos, Elisabeth Grate, Ellerströms, Ersatz, Kaunitz-Olsson, Rámus, Sekwa, Teg Publishing och Tranan för att nämna några av de viktigare. Det handlar både om utgivning av kvalificerad sakprosa och av översatt skönlitteratur. De främsta nya förlagen för utgivning av facklitteratur är kanske Fri Tanke, Mondial och Volante.

I litteraturbevakningen och i den litteraturpolitiska debatten får de här förlagen relativt sett större uppmärksamhet än vad deras ekonomiska position skulle »motivera«. Betydelsen för bredden i utgivning kan ändå inte överskattas. Och den förefaller vara växande. De har

dock inte på allvar lyckats – eller velat – utmana de större förlagen i konkurrensen om de svenska, skönlitterärt ambitiösa författarna. Här tycks de långa traditionerna spela en oerhört viktig roll. Det är inte bara dyrt att investera långsiktigt i svenska skönlitterära författare, det kräver också ett slags svårdefinierad, sedan länge upparbetad och vårdad, litterär kultur inom förlaget.

Vid mitten av 2000-talet samlades flera mindre förlag i en lös gruppering som tog namnet De oberoende. I gruppen fördes diskussioner om samarbete som skulle kunna stärka förlagen i konkurrensen med de stora förlagen. Det var framför allt Bonniers starkt dominerande ställning på marknaden – och då bakom scenen där marknadsvillkoren sattes – som ofta upplevdes som utmanande. Förutom ett gemensamt engagemang i den nystartade men sedermera av Piratförlaget övertagna nätbokhandeln Bokon så ledde diskussionerna aldrig fram till några betydande samarbeten. Möjligen berodde det på att de inblandade förläggarna just var så starkt angelägna om – oberoende.

Tanken på ett samarbete har dykt upp igen, nu under det en smula mindre kaxiga namnet Förlagsnätverket, men syftet sägs vara detsamma när det formuleras av en av initiativtagarna, Pelle Andersson på Ordfront (som för övrigt var med förra gången också, men inte tycks ha avskräckts): »Det handlar om att informera kulturjournalister, försöka nå fram till Kulturråd och Kulturdepartement för att beskriva hur branschen faktiskt ser ut. Maktkoncentrationen har varit en skandal jättelänge, men sedan Norstedts köptes av Storytel har det varit helt tyst. Så nu måste vi ta den här debatten.«

I skrivande stund är det flera förlag som aviserar nedskärningar av personalstyrkan, i likhet med många andra aktörer inom medierna, såväl tidningar som tv-bolag. Även om orsakerna är olika kan det möjligen ses som en föraning om att stabiliteten är hotad. Men det kan också vara ett tecken på branschens traditionella förmåga att snabbt anpassa sig till hårdare tider.

Den här skisserade ögonblicksbilden kan nog ändå sägas äga stor giltighet för utvecklingen under de gångna 20 åren. Den ger upphov till några avgörande frågor som sannolikt diskuteras för fullt på förlagen men bara kan besvaras av framtiden:

→ Måste ett förlag vara stort och gammalt för att ha råd – eller ambition – att upprätthålla full bredd i sin utgivning av såväl skönlitteratur som sakprosa och facklitteratur?

- Är specialiseringen en avgörande trend? Får vi våra första riktigt stora och därmed dominerande underhållningsförlag med rötter i den digitala distributionen?
- Hur kommer det i så fall att påverka den traditionella förlagskulturen?

FÖRLAGENS FÖRUTSÄTTNINGAR

Sedan bokpriserna släpptes fria i början av 1970-talet har den svenska bokmarknaden varit i princip fri från politiska ingrepp och regleringar. De statliga stöden har inriktats på författarna genom Författarfondens stipendieverksamhet och på förlagen genom litteraturstöden som sköts av Kulturrådet. De kommunalt finansierade biblioteken får väl också betraktas som en politiskt styrd struktur på marknaden.

Då och då genom åren har olika parter – bokhandeln och författarna främst – framfört olika önskemål om regleringar. Förläggarna har visat måttligt intresse, förutom när det gäller läsfrämjande.

Den gamla frågan om fasta bokpriser drivs inte aktivt av någon annan än författarna, men lever därmed kvar som en skugga i debatten eftersom det är en väl etablerad och lika väl försvarad ordning på många andra marknader i vår närhet.

Olika former av stöd till bokhandeln har också krävts, även då med hänvisning till statligt engagemang i omvärlden för en väl spridd och ekonomiskt bärkraftig distributionskanal av framför allt tryckta böcker, men utan att få gehör hos regeringar oberoende av dessas politiska färg.

Kulturrådet har just gjort en översyn av litteraturstödet. Det är enkelt att konstatera att olika regeringar under de gångna tjugo åren låtit stödet urholkas av inflationen.

Samtidigt som antal nya titlar mer än fördubblats 2000–2022 så har det under samma tid skett en radikal minskning av de försålda upplagorna från knappa 5 000 till dryga 2 600. Det innebär att det politiska inflytandet (genom stödets ökade del av en titels ekonomi) radikalt ökar: ännu färre titlar »klarar sig« av egen kraft. Även ett på grund av inflationen sjunkande litteraturstöd får alltså större relativ betydelse för varje utgåva som får stöd.

Pressade tryck- och papperspriser och förbättrad ekonomi genom ny teknik för låga upplagor har varit förlagens sätt att hantera de sjunkande upplagorna, men alla vi talar med säger att gränsen för vad

som går att kompensera med minskade kostnader snart är nådd. Det gäller i särskilt hög grad för den utgivning som inte »presterar« som ljudböcker, dvs inte är attraktiva för strömningstjänsterna.

Litteraturstödet har blivit alltmer avgörande för bredden på utgivningen och än mer så när denna bredd i allt högre grad upprätthålls av mindre, ekonomiskt svagare men fortfarande professionella förlag för vilka litteraturstödet ofta är en existensfråga.

Om den här utvecklingen fortsätter – sjunkande upplagor, sjunkande stöd – hotas de värden som stödet ska garantera. Bokmarknadens största och viktigaste aktörers traditionella självsyn, som innebär ett slags tacksamhet för stödet men ändå ett ihärdigt hävdande av möjligheten och viljan att ta ett eget och avgörande ansvar för bredd och kvalitet, är utmanad, för att använda ett slitet uttryck. Det kommer i varje fall att leda till nya och kraftigare krav på ett ökat statligt engagemang. Att ett sånt engagemang också kan innebära nya ytterligare krav på innehållet i de böcker som får stöd är uppenbart för den som följer den aktuella debatten om kulturpolitik och risken för/viljan till politisk styrning.

”

Litteraturstödet har blivit alltmer avgörande för bredden på utgivningen.

RELATIONEN MELLAN FÖRLAGEN OCH FÖRFATTARNA

Det finns inget som tyder på att den traditionella relationen mellan förlag och författare har förändrats när det gäller besluten om utgivning som ju är helt avgörande. Förlaget har oinskränkt rätt och makt att säga ja eller nej till ett manuskript, men om författaren representerar ett starkt kommersiellt intresse för förlaget så skiftar balansen till författarens fördel. Det skiftet tycks idag i allt högre grad följas av konkreta förändringar. Ett, tidigare nämnt, resultat är de allt vanligare förlagsbytena. Om författare på de stora etablerade förlagen tidigare dök upp hos andra förlag så tolkades det oftast som att det berodde på det tidigare förlagets (negativa) beslut. Så enkelt är det inte idag.

Egenutgivning innebär frihet från tvånget att passera grindvakterna på förlagen, men också frihet från uppmärksamhet i medier.

Huruvida denna utveckling drivits på genom det breda etablerandet av agenter på den svenska marknaden kan inte ledas i bevis, att det är en faktor tror jag är oomtvistligt. Agenterna tog i förstone hand om svenska författares utlandsrättigheter men har efterhand under perio-

”

Om författare på de stora etablerade förlagen tidigare dök upp hos andra förlag så tolkades det oftast som att det berodde på det tidigare förlagets (negativa) beslut. Så enkelt är det inte idag.

den blivit mer lika de anglosaxiska förebilderna genom att representera författarna i alla relationer, också till de svenska förlagen. Om de också skaffat sig den litterära kompetens som utmärker deras förebilder är ännu svårare att avgöra, men det hävdas ofta från agenterna själva.

Ungefär samtidigt med agenternas intåg skedde en betydande förändring i konstruktionen av de avtal som reglerade författarnas ersättning. Den tidigare modellen hade byggt på fasta royaltysatser på intäkterna från definierade format med i förväg fastställda upplagor och F-pris. I takt med utvecklandet av flera nya format (e-bok, ljudbok) och en med tiden vildvuxen flora av återförsäljarrabatter så blev administrationen av dessa avtal allt krångligare. Förlagen tog då initiativ till att skriva avtal som fastställde royaltyn på förlagets nettointäkt av en titel i stället. Den här modellen, liksom den tidigare, förutsatte för att vinna legitimitet transparens när det gällde förlagets sätt att definiera nettointäkten. Att övergången från den ena modellen till den andra skedde så snabbt och friktionsfritt som den gjorde kan bara förklaras med att transparensen i den nya modellen åtminstone var lika hög som i den gamla. En sorts kvitto på ett gott samarbetsklimat mellan förläggare och författare. För en, som undertecknad, med en lite längre sikt på sakernas tillstånd ett inte helt självklart tillstånd.

Det tillståndet råder i mindre grad mot slutet av den här betraktade perioden och särskilt efter ljudbokens genomslag. Modellen med avtal om nettointäkter är inte ifrågasatt, men grunderna för beräkningen av nettointäkten har, menar till exempel Författarförbundet, förblivit oklara för många av författarna. Den mistro som det i sin tur gett upphov till förstärks av effekterna av *revenue share*-modellen, som i praktiken innebär att ersättningen till förlag och författare fluktuerar med antal abonnenter på tjänsterna och antalet lyssningar. Modellen tillämpas av den ledande strömningstjänsten Storytel, men inte av de två andra, Bookbeat och Nextory. Särskilt svårbegripligt – och också för utomstående svårförklarat – är att ersättningen per lyssnad tidsenhet till ett enskilt förlag och därmed till en enskild författare kan minska trots ökat antal lyssningar.

Bonnierförlagen accepterade aldrig modellen med *revenue share*, utan ersätts genom en fast, avtalad summa. Den månadslånga konflikt som ändå rådde mellan Bonnierförlagen och Storytel gällde endast nivån på ersättningen.

Det innebär att de två största förlagsgrupperna, Bonniers och Storytel/Norstedts, har samma modell för ersättningen till förlag och

därmed författare. Av konfidentialitetsskäl är det oklart om ytterligare andra förlag också förhandlat bort *revenue share*-modellen.

Det kan tilläggas att den brist på transparens som Författarförbundet talar om också påpekas av förläggare utanför Norstedts och Bonniers vars ersättning och villkor visar samma fluktuationer.

Författarförbundet har i diskussionen fört fram förslag som bla hämtats från Norge och som skulle innebära radikala ingrepp på bokmarknaden, antingen i form av fastställd minimiersättning till författarna för ljudböckerna och/eller karenser på ljudböckerna för att värna den tryckta boken och dess försäljningskanaler, dvs bokhandeln. Båda de här ingreppen sker just i Norge, där traditionen med politisk styrning av bokmarknaden är starkare, för att uttrycka det milt.

I frågan om ersättning för ljudböcker står författare och (stora) förlag alltså mot varandra i argumentationen och här är inte platsen att slita tvisten, i den mån den kan beskrivas så. Men eftersom det inte är första gången i historien som parterna är oense kan man bara konstatera att alla tidigare oenigheter i liknande stora frågor har slutat i antingen avtal eller etablerandet av ett slags branschpraxis. Anledningen till det är enkel, i längden har det kostat hela branschen för mycket att ha en större olöst konflikt mellan parterna. Såväl ekonomiskt som socialt. Vad priset för dagens motstridighet blir om den förblir olöst kan ingen veta idag.

Jag konstaterade tidigare att svenska politiker, av olika färger, genom åren visat ett mycket svalt intresse för att ingripa med reglerande åtgärder på bokmarknaden och lite tyder på att dagens ansvariga skulle tänka annorlunda. Men, som förläggaren Martin Kaunitz sa till mig under arbetet med den här rapporten, större saker har hänt: »För ett par decennier sedan avskaffade vi försvaret, i skolan avskaffades läroböckerna, nu byggs det nya förband överallt och skolministern vill betala för böcker åt barnen.«

STRÖMNINGENS EFFEKTER PÅ UTGIVNING OCH FÖRLAGEN

Den stora »händelsen« under de senaste decennierna är alltså den starka framväxten av strömningstjänsterna. I årsrapporten över 2023 utgjorde Digitala abonnemangstjänster 31,7 procent (och ökande) av bokmarknaden, att jämföra med den fysiska bokhandeln 22,3 procent

och Internetbokhandel/bokklubbar med 42 procent. Det är bara en tidsfråga innan strömningstjänsterna är den största försäljningskanalen även om ökningstakten minskat de senaste åren. Det gör det motiverat att skärskåda strömningstjänsterna lite mer ingående och framför allt reflektera över vad den här förändringen på marknaden har medfört och kommer att medföra för förlagens utgivning. En ny bok ger unika insikter i de nya kunskaper om lyssning som förlagen har att hantera.

Mot slutet av *Reading Audio Readers* (Bloomsbury 2024), gör litteratursociologen Karl Berglund i Uppsala ett tankeexperiment. Efter att ha beskrivit olika »typiska« läsarbeteenden på Storytels strömningstjänst uppmanar han oss:

* Jag använder orden lyssna och lyssnare. Enligt Karl Berglund har det i forskningen blivit vedertaget att tala om »läsare« av ljudböcker, vilket förefaller en smula absurt med tanke på att man aldrig hör någon vanlig människa säga att hon just »läst« en ljudbok. Från strömningstjänsterna kan man höra talas om »öronläsning« resp »ögonläsning« men det kan jag bara tolka som ett försök att sudda ut eventuella statusskillnader mellan läsning och lyssning. Jag ansluter mig alltså till den språkliga praxis som ljudbokskonsumenter och de flesta producenterna följer.

Föreställ er att de exempel jag visat överförs från strömmade böcker till tryckta. En läsare som läser samma bok dag efter dag, vecka efter vecka. En person som ger varje bok fem minuter innan han eller hon plockar upp nästa. En person som så gott som alltid har en deckare till hands och läser i den vid varje möjligt tillfälle. Det är inte omöjligt att se det framför sig, men det framstår som ganska udda. Men sådana här och liknande sätt att läsa är vad som utgör den samtida ljudboksläsekulturen. (Här och nedan, mina övers.)

Karl Berglund har, som första forskare i Sverige, fått tillgång till vad som kan beskrivas som hjärtat i en strömningstjänst: ett utsnitt av den data som genereras av Storytels lyssnare* varje gång de påbörjar en bok, lyssnar på den, slutar att lyssna på den, byter bok. Data som talar om när på dygnet Storytels lyssnare lyssnar och när de inte lyssnar, vad som tycks locka dem att lyssna, och framför allt, vad de helst lyssnar på. Eftersom konkurrenterna Bookbeat och Nextory sannolikt sitter på exakt samma slags data från sina respektive lyssnare kan vi utgå ifrån att hans analyser äger giltighet för de tjänsterna och deras abonnenter också.

Det är inte första gången som ett bokförlag intresserar sig för vad läsarna har för preferenser. Vi kan se tecken på det sedan den moderna bokbranschen tog form: 1800-talets följetongslitteratur i tidningarna (långa dialoger och *cliffhangers* för att locka till köp av tidningen nästa dag). Billigböckernas långa historia (över 100 år!) är präglad av en stark känsla för publikens önskemål, bokklubbarnas starka genomslag efter andra världskriget med deras kombination av ett publiktillvänt urval och modernisering av distributions- och betalningsformer. För att bara nämna ett par mycket tydliga exempel. Att det här sättet

att förhålla sig till läsarna står i direkt motsättning till det sätt som litteraturhistorien formas på är en annan sak. Dess auktoritära synsätt, med början hos en författare som skriver vad han eller hon vill, via en förläggare som har samma förhållningssätt till läsarna («vi ska ge dem det de ännu inte vet att de vill läsa») kommer självklart att leva vidare eftersom det sättet att förhålla sig till litteraturen närmast kan beskrivas som ett slags antropologisk konstant som ingen marknad i världen rör på – utan bara kan ges större eller mindre utrymme och status.

Men den kunskap om läsningens/lyssningens praktiker som via våra datorer, paddor och telefoner strömmar in till bokströmningstjänsterna och därmed också till de förlag som antingen ägs av dem eller äger dem, är ändå unik genom sin omfattning och detaljrikedom.

Även om mycket av det Berglund kommer fram till bekräftar vad en något så när initierad iakttagare skulle ha kunnat förmoda så är det exaktheten som frapperar. Omfattningen till att börja med: mot de 27 miljoner tryckta böcker som såldes 2021 står 44 miljoner strömmade böcker. Bara en blind och döv kan undgå att uppfatta det som en omvälvning (och de senaste två åren har bara förstärkt den pågående utvecklingen). Att intäkten för dessa strömmade böcker ändå bara utgjorde drygt 26 procent av den totala omsättningen på marknaden beror naturligtvis på de relativt sett låga ersättningar som går till förlag och författare, med ett lågt abonnemangspris som följd (eller förutsättning, beroende på hur man ser det).

Berglund redogör i detalj för när lyssningen sker, på dagen och på året, när lyssnarna tröttnar, han delar in lyssnarna i grupper, *swappers* som är otåliga och hela tiden byter böcker och *repeaters* som i stället tycks lyssna på samma sak om igen. Påfallande många verkar sova med ljudböcker i öronen (ett »problem« som tjänsterna vill angripa).

Viktigare i vårt sammanhang här är de data som verkligen tycks användbara för den/de som producerar böckerna. Han konstaterar, i likhet med andra, främst amerikanska forskare, att »en central aspekt av den abonnemangsbaserade affärsmodellen är att den tillåter strömningstjänsten att förbigå externa producenter genom att producera eget innehåll, exklusivt för den egna plattformen«. Storytels eget förlag, Storyside, bär syn för sägen, det har under den korta tid det existerat blivit ett av Sveriges tio största förlag.

Men ännu viktigare är att datan också ger kunskap om hur denna »nya« litteratur bör vara utformad för att uppskattas av läsarna.

Berglund och några av hans kolleger har tidigare, i artikeln Audiobook Stylistics, kunnat konstatera att de framgångsrika »berättelserna« i strömningstjänsterna uppvisar typiska drag: färre huvudpersoner, fler verb och kortare meningar. Föga överraskande för en erfaren förläggare eller författare. Men ännu är inte genomslaget för den direktproducerade strömningslitteraturen totalt: »Originalproduktioner kan utmana uppfattningen att en ljudbok bara är en tryckt bok i ett annat medium. Ändå är strömmade böcker fortfarande i första hand definierade av och nära förbundna med den traditionella bokkulturen.« För det talar också något som Berglund kallar *topically* och som utgår ifrån det faktum att ljudbokslyssningen når toppar vid de tillfällen på året då förlagen presenterar sina nya böcker, till exempel på den tidiga hösten då de viktigaste – både litterärt och kommersiellt betraktat – böckerna ges ut och marknadsförs som intensivast. Ett beroende av urgamla traditioner, alltså.

En av de intressantaste iakttagelserna som Berglund gör är att det syns en skillnad mellan det han kallar *beststreamers* och *bestsellers*. Det är också något som en snabbtitt i topplistorna för tryckta respektive strömmade böcker kan ge vid handen. Men Berglund ser mer än det:

Vi fann stora empiriska skillnader mellan det bästsäljande och det bästströmmande segmentet. Tryckta bästsäljare visar en mycket större spridning av genrer än digitala bästströmmare. Där de förra spänner från kvalitetsfiktion (»prestige fiction«) till kriminallitteratur, så utgörs de senare mestadels av kriminallitteratur, i första hand av svenska författare. Detta mönster uppstår på titelnivå, men förstärks när vi analyserar avslutade strömningar. Då visar det sig att kriminallitteraturen är vida överlägsen när det gäller grad av fullbordad lyssning, medan kvalitetsfiktionen, å andra sidan, är den sorts litteratur där de flesta lyssnare tenderar att sluta lyssna i mitten av historien.

Det säger sig självt att det här mönstret har en direkt påverkan på förlagens ersättning. Inget förlag lämnar tillbaka halva pengan för en tryckt bok som läsaren hemma i sin ensamhet tröttnar på och lägger ifrån sig. Men lyssningen ersätts per minut och en uttröttad lyssnare är en direkt förlust för förlaget och författaren som tröttnat ut honom eller henne. Berglund konstaterar följaktligen att det som data visar är att »det inneboende värdet i att köpa, äga eller ge bort en tryckt bok av hög litterär kvalitet helt enkelt försvinner i strömningstjänsterna, där läsning snarare än försäljning mäts«. Just där står slaget mellan

den tryckta boken som en högmarginalprodukt och ljudboken som en lågmarginalprodukt. Den digitala marknadslogiken, som bygger på låg marginal, låg risk och stor volym står emot den i bokbranschen traditionella logiken med hög marginal, stor risk, många »förlustböcker« (låg volym) och rena sedelpressen vid en försäljningsframgång.

Relationen mellan det som med engelska begrepp kallas *frontlist* (nya böcker) och *backlist* (gamla) förändras också radikalt i strömningstjänsterna. Det bekräftar Åse Ericson från Storytel. Enligt henne består 70 procent av den totala lyssningen av backlist och 98 procent av alla svenska titlar har en eller flera lyssnare ett givet år. Berglund: »När äldre böcker alltid och omedelbart är tillgängliga för läsning har de potential att bli lika närvarande i den digitala bokhyllan som vilken annan bok som helst.«

Det här är ju en service till läsaren som tidigare endast biblioteken har kunnat erbjuda: alla böcker, nya såväl som gamla, åt alla och närsomhelst. Samtidigt är det en dröm för både förlag och författare – tiden för böcker kan gå åt båda håll.

Vi får utgå ifrån att de två stora förlagen Bonniers och Norstedts genom de strömningstjänster, Bookbeat och Storytel, som de är knutna till och som just nu kappas om marknaden, sedan länge har haft tillgång till den data som nu Uppsalaforskarna analyserar. Vilka konsekvenser har den haft för förlagen och i förlagen? Hos Storytel/Norstedts syns det redan organisatoriskt genom Storyside. Att det skulle bildas en motsvarighet hos Bonniers, dvs ett renodlat strömningförlag, tillbakavisas av Håkan Rudels, chef för Bonnier Books, men han poängterar samtidigt att förlagen i koncernen tidigt insåg att det gällde att ställa samman en stor »katalog« av ljudböcker för att vara redo när marknaden tog fart.

Den här typen av ljudboksförlag med sin utgångspunkt och drivande kraft i distributionen skulle kunna innebära att vi får en tredje sorts förlag, distributionsförlaget, efter de två tidigare varianterna tryckeriförlaget (typiskt sett: Norstedts) och bokhandelsförlaget (Bonniers). Distinktionen är gjord av litteratursociologen Johan Svedjedal och innebär lite mer än bara en fråga om ord utan om hemhörighet i en bransch: om distributionen av (ljud)böcker inte är det bästa sättet att utnyttja distributionstekniken så kan de ju ersättas eller kompletteras med något annat. Exemplet Amazon är i sammanhanget belysande.

Skulle de båda stora förlagsgrupperna på allvar gå den vägen så följer de därmed – om än på olika sätt – en logik som också styr utvecklingen

på andra delar av mediemarknaderna, framför allt de stora strömningstjänsterna för bild. För att återigen citera Jan Helin, så startade Netflix en egen produktion av serier och filmer för att man var osäker på att marknaden skulle erbjuda tillräckligt med produkter för att möta deras abonnenters önskemål. Det uppfattades naturligtvis av konkurrerande producenter som en utmaning och svaret har inte uteblivit. En av de största producenterna, Disney, drog tillbaka alla sina filmer och serier från Netflix och de andra strömningstjänsterna och startade sin egen tjänst med sitt egna exklusiva material. Det tycks framgångsrikt, inte minst i Sverige. Sen introduktionen 2020 har Disney visat upp den snabbaste ökningstakten av alla aktörer. De snabba kasten när det gäller ägande och egenproduktion på tv-marknaden borde skicka kalla kårar in i bokbranschen.

Hittills har Storytel och Bookbeat kunnat erbjuda ljudböcker från alla förlag, men möjligen kan man betrakta den konflikt som uppstod mellan Norstedts och Nextory, den tredje strömningstjänsten på den svenska marknaden, som en stormsvala. Efter att inte ha kunnat komma överens om ersättningen för böckerna drog Norstedts tillbaka alla sina titlar från Nextory som i sin tur svarade med att anmäla Norstedts till Konkurrensverket där ärendet lades ned. Nu är också konflikten avblåst.

Inte heller en sån strid är ett nytt fenomen. Det finns naturligtvis tidigare exempel från bokmarknaden när den vertikala integrationen mellan producent och försäljningskanal utnyttjas på ett för konkurrenterna stötande sätt. Så hade till exempel Bonniers många helägda bokklubbar en policy att bara välja ut förlagsgruppens egna böcker som huvudböcker medan de andra förlagen fick nöja sig med en placering i katalogen. En betydande konkurrensfördel i kampen om författare. Det hade betydelse att Bonniers vid det stora genombrottet för bokklubbarna på 1970-talet »köpte bort« konkurrensen från Norstedts genom att erbjuda det förlaget en stor minoritetspost, 30 procent, i den mest kända men inte alls mest lönsamma bokklubben, Månadens bok.

Den avgörande skillnaden mot tidigare skulle kunna vara att genomslaget för ljudböckerna tycks större, både vad gäller läsarnas/lyssnarnas tid och pengar och att antalet aktörer, i linje med tech-marknadens logik, är mycket få och mycket stora.

Om marknadslogiken, så som den kommer till synes i historien med Netflix och Disney, skulle kopieras på den svenska marknaden genom att Norstedts och Bonniers stängde sina respektive strömningstjänster

för andra förlags böcker än det egnas, så skulle det innebära en kollaps för först och främst fristående ljudboksproducerande förlag, men också radikalt förändrade och försämrade möjligheter för alla andra förlag oavsett inriktning.

Som ingen annan tidigare försäljningskanal (bokklubbarna inkluderade) premierar strömningstjänsterna underhållningslitteraturen, framför allt kriminallitteraturen och framför allt svenska författare. Det sista förhållandet kan också bero på rättighetsfrågor; utländska förlag, som t ex Penguin Random House, det största av de »fem stora« har haft en skiftande inställning till ljudrättigheter i Norden. Fram till 2021 var det inga problem, därefter stoppades de, men nu har de tillsammans med de andra »stora« på prov inlett ett samarbete med Spotify på de engelskspråkiga marknaderna. Om detta innebär att Spotify tänker ta upp kampen på allvar med Storytel och Bookbeat på den lukrativa nordiska marknaden för ljudböcker är i skrivande stund oklart.

Men den relativa frånvaron av översatt litteratur i strömningstjänsterna har naturligtvis med kostnader att göra. Kostnadsjakten kommer att bli allt viktigare i takt med att antalet abonnenter stabiliseras. Nästa steg är AI-genererade inläsningar vilka också, enligt Åse Ericson på Storytel, kommer att ge lyssnarna möjlighet att välja bort förlagets val av uppläsare till förmån för en artificiell favoritröst (*voice switch*).

Utgivningen av underhållningslitteratur har sen urminnes tider men i varierande grad varit viktig för alla förlag med ambitioner att spela stor roll på bokmarknaden. Och lika länge har den och dess betydelse och effekter diskuterats.

Alla vi talar med påpekar ett faktum som också forskarnas analys bekräftar: för stora delar av utgivningen är ljudboksmarknaden så gott som stängd. Det gäller sakprosan, facklitteraturen, den största delen av barnlitteraturen och alla böcker som bygger på hög grad av illustration. Den kvalificerade översättningslitteraturen har det också särskilt svårt att hävda sig i konkurrensen med de svenska deckarna.

Påverkan från strömningstjänsterna innebär inte något helt nytt utan förstärker bara en sedan tidigare påbörjad trend. I en aktuell rapport från Förläggareföreningen konstateras att medan bokförsäljningen mellan 2018 och 2022 legat relativt stilla så har det skett en betydande förskjutning inom genrererna. Utgivningen av svensk litteratur och framför allt skönlitteratur har ökat markant på bekostnad av

”

Som ingen annan tidigare försäljningskanal premierar strömningstjänsterna underhållningslitteraturen.

översatt skönlitteratur, facklitteratur (särskilt översatt) och barn- och ungdomsböcker. Det gäller såväl antal utgivna titlar som försålda exemplar. Siffrorna är närmast chockerande tydliga:

- Antalet nya utgåvor av översatt facklitteratur hade 2022 mer än halverats sedan 2018.
- 2022 såldes det 63,6 procent färre fackböcker, eller 489 000 exemplar, än 2018.
- Antalet nya utgåvor av barn- och ungdomslitteratur hade 2022 mer än halverats sedan 2018.
- Sedan 2018 har det totala antalet sålda exemplar av nyutgiven översatt skönlitteratur minskat med 15,2 procent, eller 646 000 exemplar.

I en nyligen framlagd avhandling i Uppsala av Jana Rüegg (*Publishing translations*) breddas bilden ytterligare när hon visar att den kvalificerade skönlitteraturen (hennes främsta exempel är Nobelprisbelönad litteratur) »migrerat« sedan 1970 från de stora förlagen till mindre (och försvunnit helt från de medelstora förlagens listor). Hon noterar också att det i snitt tar tjugo år från det att en blivande Nobelpristagare introducerats på svenska tills han eller hon får priset. Det innebär ett stort behov av långsiktighet i förlagsarbetet om den stolta traditionen att Nobelpristagare »ska« finnas på svenska ska kunna uppehållas. Och Nobelprisets generella betydelse för utgivningen av den kvalificerade utländska litteraturen kan inte överskattas, det kan varje förläggare som kommit i närheten av ett Nobelpris vittna om.

Om de stora aktörerna skulle fortsätta att backa, frivilligt eller under ett slags ekonomiskt tvång, från sitt självpåtagna, viktiga och traditionella uppdrag att hålla hela bredden i utgivningen står vi inför en avgörande förändring av den svenska bokmarknaden och litterära kulturen som skulle kunna fångas i uttrycket »Escarpits återkomst« (också det aktualiserat av Karl Berglund).

Robert Escarpit var en betydande fransk intellektuell under 1900-talet, verksam inom vida fält, från litteratur till politik. Han var särskilt betydelsefull för den framväxande litteratursociologin. I sitt banbrytande verk med just titeln *Litteratursociologi*, studerat av generationer av litteraturvetare (och blivande förlagsmedarbetare!) världen över under de avslutande decennierna av 1900-talet, myntade han begreppet

»de två kretsloppen« som uppstår på bokmarknaden i och med »billigböckernas« ankomst. Enkelt uttryckt: den högre litteraturen (»den smalare«, »den kvalificerade« – begreppen slirar runt medan de flesta ändå förstår vad som avses) cirkulerar för sig, den lägre för sig på marknad och hos läsarna. Det innebär att förlag och medier delas upp på ett motsvarande sätt. Kulturell status genereras i det högre kretsloppet, stora pengar i de lägre.

Escarpits analys gällde i första hand bokmarknaden, men hans iakttagelser kan man bekräfta med blotta ögat på de större mediemarknaderna i världen, framför allt de anglosaxiska, men också till en del i Tyskland och Frankrike. Tidningar, tv-kanaler och filmbolag blir alltmer specialiserade och inriktade på avskilda segment på marknaden. Men den här uppdelningen i skilda kretslopp syns i mycket mindre grad om alls på de mindre mediemarknaderna, som i Sverige. Förklaringen kan vara så enkel och ekonomisk som att det aldrig funnits tillräcklig ekonomisk bärkraft hos en elit i dessa länder att bära upp ett högre kretslopp. Därför har de större svenska förlagen, liksom de större svenska tidningarna – precis som public service, för övrigt – valt (eller tvingats välja) att cirkulera i bägge kretsloppen, eller förena dem i samma förlag och samma tidning, beroende på hur man vill se det. Den kulturella statusen har behövt pengarna, pengarna har behövt statusen.

Det är inget naturgivet förhållande längre, utan det kan utmanas på flera sätt. Genom förändringar på marknaden på grund av uppkomsten av nya format som öppnar för eller medför radikalt nya distributionsformer, vilket kan vara det vi just nu ser med ljudböckerna (och som skedde med »billigböckerna«). Eller politiskt, genom att de statliga stödordningarna till medier ändras, och/eller att public service får en radikalt annan inriktning. Sådana förslag har blivit allt mer aktuella i den politiska debatten de senaste åren.

Det är fortfarande en öppen fråga, som vi konstaterat tidigare, hur de ledande förlagen i Sverige väljer – eller tvingas att välja – sätt att hantera den stora förändringen i intäktsflödena som ljudboksboomen har inneburit. Kommer man att fortsätta att inom förlagen finansiera bredden genom ett slags intern transferering eller kommer man att överge denna sekellånga grundhållning? Förlagskulturer är också historiska fenomen. De uppkommer och de kan förändras eller försvinna.

Det har alltid funnits missnöje på den svenska bokmarknaden, man skulle till och med kunna tycka att missnöjet är legio. Mindre förlag klagar på större för att de utnyttjar sin storlek i konkurrensen på ett

ojust sätt. Större klagar på mindre för att de åker snålskjuts på den infrastruktur som de större bär upp. Och författare och översättare klagar på alla för att de får för lite betalt. Men det finns en lång tradition av att hantera dessa motsättningar, antingen genom avtal eller etablerad praxis.

Intäkts- och fördelningsmodellen som införts och hanteras av Storytel förefaller dock vara en svårare fråga än många andra att vinna allmän acceptans för.

Det är också en öppen fråga hur bokmarknaden, som trots sin stora betydelse i den kulturella och politiska offentligheten är en relativt sett liten marknad med stark nationell prägel, få aktörer och ett ännu mindre antal personer i avgörande positioner, påverkas av den av många kritiserade ersättningsmodellen. Konsensuskulturen är kanske för första gången utmanad på allvar.

POLITIKEN OCH FÖRLAGEN

Förläggareföreningens opinionsarbete

Mikaela Zabrodsky

NÄR kommissionsbokhandeln upplöstes 1970 förändrades Svenska Förläggareföreningens uppdrag. Från att ha bestämt vilka bokhandlare som skulle ges tillstånd att sälja böcker blev man en organisation som på andra sätt skulle jobba för förlagens bästa. Opinionsarbetet är sedan dess en av föreningens viktigaste uppgifter, och under åren som gått har man varit en tongivande röst i allt ifrån moms till upphovsrätt. I det här kapitlet kommer vi inte att teckna en heltäckande bild av alla kontakter med politiken, men genom nedslag i några av de senaste två decenniernas viktigaste frågor vill vi visa hur föreningens arbete har sett ut, och hur politiken och förlagens förutsättningar hänger ihop.

SÄNKT MOMS – FÖR ALLA BÖCKER

2003 hade det bara gått ett år sedan bokmomssänkningen. Bokpriserna hade sjunkit, försäljningen ökat med 17 procent på två år och branschen var optimistisk. Momssänkningen gällde bara tryckta böcker och under de första åren var det ingen som såg några konstigheter i detta. En bok var i allra högsta grad fysisk; e-böcker fanns ännu bara som ett

”
 Kampanjen gick
 bland annat ut
 på att skriva
 flera brev till alla
 kommissionärer,
 och dessutom
 skicka dem en
 svensk bok både
 som tryckt bok och
 ljudbok.

mycket marginellt fenomen (så pass marginellt att föreningens ordförande Kjell Bohlund 2009 konstaterade att »den svenska e-boken har hittills genererat mer utredningar, förhandlingar och diskussioner än försäljning«). Men i takt med att den digitala utvecklingen ökade hastigheten, seglade frågan om en formatneutral bokmoms upp på agendan. Föreningens vd Kristina Ahlinder hade varit starkt drivande i arbetet med momsen på fysiska böcker, och tog sig nu an uppgiften med att föra frågan i mål för alla format.

Det första problemet var ljudböckerna. Ljudböcker, då fortfarande primärt cd-skivor, ingick inte explicit i EU:s lista över de undantag som fick göras från normalskattesatsen och att de svenska ljudböckerna inkluderades i den sexprocentiga bokmomsen hade därför ifrågasatts i Bryssel. Under 2006 arbetade Förläggareföreningen för att EU-kommissionen skulle tillåta Sverige ha kvar reducerad moms på ljudböcker. Föreningen träffade upprepade gånger kulturdepartementet och finansdepartementet på hemmaplan men uppvaktade också politiker i Bryssel, både svenska parlamentariker och EU:s kommissionär för skatter László Kovács. Kampanjen gick bland annat ut på att skriva flera brev till alla kommissionärer, och dessutom skicka dem en svensk bok både som tryckt bok och ljudbok. Ansträngningarna bar frukt och i januari 2008 meddelade kommissionen att man såg den svenska ljudboksmomsen som en teknikalitet, och att ärendet därmed lades på is. Året därpå ändrade man formuleringen i listan över undantag till »fysiska böcker«. Det svenska exemplet hade blivit norm. Det betydde dock inte att saken var utagerad.

Under 2010 började frågan om momsen på digitala böcker väckas på allvar. Antalet utgivna e-böcker steg och med dem missnöjet med att de digitala böckerna fortfarande hade 25 procents moms. För Förläggareföreningen blev det en central arbetsuppgift att arbeta för en momssänkning. Under de kommande åren träffade man en mängd politiker både i Sverige och i Bryssel för att förklara att en bok var en bok oavsett om den var tryckt på papper eller en strömmad fil. Föreningen var engagerad både på nordisk nivå, genom Nordiska Förläggarrådet, och på europeisk, där man satt med i Federation of European Publishers arbetsgrupp om digitalmoms. Det fanns egentligen inget stort motstånd: både politiker och tjänstemän hade generell inställningen att det var rimligt att betrakta den digitala boken som likvärdig den tryckta, också skattemässigt. Frågan var snarare hur avgränsningen skulle se ut mot närliggande produkter. Men trots att

det inte fanns några starka intressen i konflikt malde EU:s kvarnar långsamt.

Ett av de främsta argumenten för en reducerad moms för digitala böcker var alltså att det inte var två olika varor, utan samma vara i olika format. Därför borde inget format missgynnas med en högre momssats – det kunde rentav sägas strida mot EU-reglerna. 2014 gjorde EU dock klart för medlemsländerna att varor i olika format kunde ha olika momsnivåer. Man kunde därför inte längre säga att den befintliga lagstiftningen talade för en reducerad digitalmoms. Från och med den 1 januari 2015 gällde dessutom momsnivån i köparens land för digitala produkter. På så sätt skulle inte marknaden i länder med högre moms lida någon konkurrensnackdel, genom att köparna skulle styras mot ett lågmomsland. Inte heller det var alltså längre ett argument. Föreningen la i en än högre växel och i juni 2015 lanserade man den digitala kampanjen Bokvalet, under Bokmässan i Göteborg samma år anordnade man ett seminarium om upphovsrätt och bokmoms och man uppvaltade ihärdigt politiker och tjänstemän på kulturdepartementet och finansdepartementet. Nere i Bryssel var FEP starkt engagerade och lobbade intensivt. I december 2016 publicerade så kommissionen ett nytt förslag till gemensam lagstiftning där medlemsländerna skulle tillåtas själva bestämma momssatsen på digitala publikationer. Kort därpå skrev kulturministern och finansministern att den svenska regeringen avsåg sänka momsen så snart EU-lagstiftningen gjorde det möjligt.

Efter ett bakslag 2017, då rådet för ekonomiska och finansiella frågor misslyckats att komma överens, kunde EU i oktober 2018 slutligen fatta beslut om att ändra lagstiftningen. Den 1 juli 2019 sänkte Sverige momsen för digitala böcker till 6 procent. Därmed var föreningens över tjugo år långa kamp för sänkt bokmoms över – först den tryckta boken, nu även den digitala. Äntligen var en bok en bok, oavsett vilket format den såldes i.

PIRATERNA

En annan effekt av digitaliseringen var illegal fildelning. Den förändring av upphovsrättslagen som antogs av riksdagen 2005, och som begränsade möjligheten att kopiera och ladda ned verk utan upphovspersonens tillstånd, föregicks av en livlig debatt om upphovsrättens

ställning. I föreningens verksamhetsberättelse över samma år konstaterar ordförande Jonas Modig att det inte bara var »internetsurfande ungdomar« som upplevde upphovsrätten som förlegad, utan även journalister, politiker och allmänhet. Här fanns alltså mycket att göra. Föreningen opinionsarbetade intensivt i frågan inför riksdagens beslut och behovet av upplysande insatser minskade inte efter omröstningen. Att Piratpartiet bildades 2006 och lyckades få företrädare även för de etablerade partierna att sväva på målet i upphovsrättsfrågan illustrerar hur stort och aktuellt ämnet var.

Så här i backspeglarna, på en marknad med stora strömningstjänster, kan skrällen för fildelning tyckas överdriven, men under 00-talets andra hälft var det en reell oro. Det saknades ännu en kommersiellt framgångsrik infrastruktur för digitala böcker och piratkopiering sågs inte bara som ett stort framtidshot, utan var redan ett problem som förlagen och Förläggareföreningen behövde hantera. I juni 2008 publicerade föreningen en rapport över tillgången på illegala digitala svenska böcker på The Pirate Bay, den då absolut största fildelningssajten i Sverige. Rapporten visade att det fanns över 2000 svenska böcker att ladda ned, att antalet titlar hade stigit under det senaste kvartalet och att en stor andel av titlarna som låg på topplistan fanns tillgängliga.

Frågan om piratkopiering var kanske ännu större i andra branscher, där nedladdningen nått mycket höga nivåer. Tillsammans med andra rättighetshavareorganisationer i musik-, film- och dataspelsbranscherna inledde Förläggareföreningen 2007 ett samarbete för att med enad röst opinionsbilda i frågan. I den konstellationen träffade man politiker, skrev debattartiklar och arrangerade temadagar. Mellan 2011 och 2013 var grupperingen också väldigt aktiv i Almedalen, där man arrangerade flera seminarier per år. Målet med allt arbete var att visa hur grundläggande upphovsrätten är för all kulturproduktion, och hur den illegala fildelningen hotade detta.

I maj 2008 fälldes Sverige i EU-domstolen. Den svenska regeringen låg efter i arbetet med att implementera EU-direktivet IPRED från 2004, och domen slog fast att Sverige underlåtit att uppfylla sina skyldigheter enligt direktivet och därmed gjort sig skyldigt till ett fördragsbrott. IPRED, eller sanktionsdirektivet som det också kallades i Sverige, ger bland annat rättighetshavare möjlighet att få ut uppgifter om användare som gjort sig skyldiga till intrång. Om ett intrång gjorts får rättighetshavarna ansöka om ett informationsföreläggande, och

internetoperatören ska då dela personuppgifter om de som begått intrånget, till exempel privatpersoner som illegalt laddat upp material. Efter att slutligen ha röstats igenom med stor majoritet i riksdagen trädde lagen i kraft i Sverige den 1 april 2009. Tidigt samma morgon gjorde fem av föreningens medlemsförlag – Bonnier Audio, Earbooks, Norstedts, Piratförlaget och Storyside – en anmälan mot en abonnent som illegalt laddat upp mer än 2 000 ljudböcker.

Internetleverantören ePhone vägrade att lämna ut uppgifter om användaren, och yrkade att tingsrätten skulle avslå förlagens begäran. Solnafallet, som det kom att kallas, var det första IPRED-fallet i Sverige och fick stor uppmärksamhet. Tingsrätten dömde till förlagens fördel medan Hovrätten upphävde domen. När målet sedan överklagades begärde Högsta domstolen en förhandstolkning från EU, för att reda ut huruvida IPRED stred mot datalagringsdirektivet. I april 2012 meddelade EU-domstolen att så inte var fallet, och i december 2012 gav Högsta domstolen förlagen rätt. I domen konstaterade HD bland annat att tillgängliggörande på internet orsakar stor skada för förlagen. Då hade ePhone, internetleverantören, redan gått i konkurs. Konkursbolaget lämnade över en cd-skiva med logguppgifter, men där saknades personuppgifter om användaren bakom det aktuella IP-numret, den information som förlagen enligt domslutet hade rätt till. Därefter meddelade konkursförvaltaren att ePhones konkurs hade avslutats. Förlagen fick aldrig någon mer information.

IPRED-lagen var alltså inte ett praktiskt användbart verktyg för att beivra upphovsrättsintrång på internet. Internetleverantörerna var enligt lag inte skyldiga att lagra de uppgifter som enligt IPRED skulle kunna lämnas ut till rättighetshavarna. Vissa av operatörerna lagrade dem enbart under fjorton dagar – alldeles för kort för att ett beslut om informationsföreläggande skulle hinna fattas. Föreningen uppvaktade 2013 it- och energiministern och krävde att regeringen skulle åtgärda bristerna i lagstiftningen. Någon ändring i lagen blev det dock inte.

Med strömningstjänsternas framväxt krympte problemet med piratkopiering. Precis som Förläggareföreningen hela tiden sagt utkonkurrerades den illegala fildelningen så snart det fanns lättillgängliga och användarvänliga lagliga alternativ. Efter smartphonens genombrott hade konsumenterna plötsligt en enhet för ljudbokslyssnande, och för all del e-boksläsande, med sig överallt. Nu kunde den digitala utvecklingen ta fart på riktigt.

”

Tidigt samma morgon gjorde fem av föreningens medlemsförlag en anmälan mot en abonnent som illegalt laddat upp mer än 2 000 ljudböcker.

UPPHOVSRÄTTEN I DEN DIGITALA ÅLDERN

Det var inte bara piratkopierare som lockades av tanken på omedelbar fri tillgång på digitala böcker. Upphovsrätten på internet angreps från flera håll: 2004 tillkännagav Google att man avsåg lansera ett digitalt, sökbart bibliotek med miljontals böcker från hela världen. Som samarbetspartners hade de flera prestigefulla universitetsbibliotek, bland annat Harvard University Library och Bodleian Library i Oxford. Det var dock inte bara äldre material från bibliotekens samlingar som skulle scannas in, utan även upphovsrättsskyddade böcker, och därför stämde Google av både Authors Guild och Association of American Publishers. Efter att tvisten pågått i tre år kom parterna 2008 överens om en förlikning. Avtalet omfattade, under vissa förutsättningar, även förlag och författare utanför USA och innebar därmed att Google

utan rättighetshavarnas godkännande skulle ha rätt att digitalisera en mycket stor del av världens samlade utgivning. Förläggareföreningen reagerade starkt och arbetade aktivt – enskilt såväl som med de övriga nordiska länderna och via FEP – för att den amerikanska domstolen skulle upphäva avtalet. På grund av det stora motstånd som avtalsförslaget mötte drog parterna tillbaka avtalet. I oktober 2012 nådde de amerikanska förlagen och Google fram till en förlikning med hemligt innehåll. I november 2013 meddelades en dom till Googles fördel gentemot Authors Guild.

Som ett slags svar från politiskt håll på Googles projekt lades 2005 ett förslag fram om ett gemensamt digitalt EU-bibliotek, European Digital Library eller Europeana som det senare kom att kallas. Även här jobbade föreningen för att säkerställa att upphovsrätten respekterades, och Europeana kom att utgå från Frankrikes nationalbiblioteks modell. Fantasierna om en framtid där ett gemensamt digitalt bibliotek var en självklar del av unionens medborgares vardag infriades dock inte, och även om kulturavspportalen Europeana i skrivande stund fortfarande existerar är den långt ifrån det EU-bibliotek den såldes in som.

Erica Wänelöf, jurist Norstedts, om Google-fallet

»Norstedts deltog i en grupptalan mot Google tillsammans med andra utländska förlag. Vi ansåg att det var en glasklar kränkning av upphovsrätten men ack så fel vi hade. Förläggareföreningens juristgrupp åkte till och med till New York för att följa en av de första domstolsförhandlingarna och vara med på en konferens på NYU. I konferensen deltog professorer från Harvard och andra universitet. De var extremt upprörda över att Google krävde betalning för att erbjuda dem digital tillgång när de, helt gratis, låtit Google få tillgång till universitetsbibliotekets samlingar. Redan då var vi inne på att Google kunde använda de inskannade titlarna till språkinläring – men vi kunde givetvis inte förutspå utvecklingen av generativ AI.«

Den snabba digitala utvecklingen krävde att lagstiftningen hängde med. Tillsammans med andra rättighetshavarorganisationer skickade Förläggareföreningen i september 2016 en skrivelse till regeringen, med tre förslag på åtgärder för att stärka upphovsrätten på internet: att illegala tjänster skulle spärras av internetoperatörer, att lagstiftningen skulle förtydligas gällande strömmad nedladdning, och att grovt upphovsrättsbrott skulle införas i lagstiftningen. Arbetet kanaliserades främst genom Rättighetsalliansen, som samordnade de olika rättighetshavarorganisationerna och framgångsrikt drev opinionsarbetet. 2017 lät regeringen utreda lagstiftningsfrågan, och utredningen som presenterades i februari 2018 föreslog att grovt upphovsrättsbrott skulle läggas till i upphovsrättslagen. 2020 infördes brottsrubriceringen i svensk lag med en straffskala på som lägst fängelse i sex månader och som högst fängelse i sex år.

I maj 2015 presenterade EU-kommissionen sin strategi för Europas digitala inre marknad, *DSM* eller *Digital Single Market*. Kommissionens ordförande Jean-Claude Juncker hade lagt fram tio punkter som kommissionen skulle fokusera på under hans mandatperiod, och att gå från 28 nationella digitala marknader till en gemensam europeisk sådan var punkt nummer två på listan. Regleringar skulle moderniseras och harmoniseras för att vara relevanta i den nya, digitala världen. Målet var att underlätta för medborgare, forskare, företag och offentlighet i vardagen på internet, att stärka säkerheten och att främja den europeiska digitala ekonomin. Techjättarna, som Google, Facebook och Youtube, skulle inte längre få verka oreglerat.

En del av denna digitala strategi var en reform av upphovsrätten. Siktet var inställt på att framtidssäkra den europeiska upphovsrätten för att inte begränsa den tekniska utvecklingen. Det skulle ske genom att anpassa och komplettera nuvarande regelverk. Rättighetshavarnas intressen skulle balanseras mot användarnas intressen av tillgång till innehåll i den digitala miljön. För förläggareföreningarna runt om i Europa stod det klart att det skulle komma att krävas betydande insatser till försvar för upphovsrätten. DSM blev FEP:s absolut viktigaste fråga under många år, för att säkerställa att förlagens intressen beaktades. Man träffade parlamentariker och tjänstemän, arrangerade seminarier och evenemang, samarbetade med andra rättighetshavarorganisationer och tog egna initiativ. På FEP-mötena dissekerades lagtexten ord för ord. Vad innebar egentligen inskränkningen »användning av verk i digital och gränsöverskrivande undervisningsverksamhet«? Hur ska plattformar så-

”

I ett anonymt konferensrum satt direktörer och ordförande för alla de europeiska förläggareföreningarna och följde den livesända omröstningen på en skärm.

som Youtube hållas ansvariga för otillåten spridning av illegalt innehåll? Och vad innebär det för förlagen med en tvingande bestsellerklausul?

Starka intressen stod mot varandra, och upphovsrättsförespråkarna hade mäktiga motståndare. Techbolagen lobbade hårt med att föra in yttrandefrihetsargument i leken: informationsfriheten var hotad och DSM skulle innebära slutet för internet. De var särskilt framgångsrika i Sverige, där plattformarna med Google och Spotify i spetsen ihärdigt uppvaktade politiken. I parlamentet drev den så kallade copleftsidan, med profilnamn som Julia Reda från det tyska Piratpartiet, mycket aktivt frågan om att uppluckra upphovsrättslagen. När valåret 2019 närmade sig växte sig en rädsla hos FEP allt starkare för att omröstningen inte skulle hinna äga rum innan det nya parlamentet var på plats. Man fruktade att de nya parlamentarikerna skulle ha en mycket mer upphovsrättsfientlig inställning, och att allt arbete skulle tvingas börja om från början, med nya ledamöter att bearbeta.

Så mycket drog det dock inte ut på tiden. Den 17 april 2019, drygt en månad innan valet, röstade parlamentet om direktivet. Samtidigt, i Strasbourg, hade FEP möte. I ett anonymt konferensrum satt direktörer och ordförande för alla de europeiska förläggareföreningarna och följde den livesända omröstningen på en skärm. När resultatet äntligen visades drog alla i rummet en lättnadens suck. Direktivet, med de avvägningar som FEP jobbat så hårt för, hade röstats igenom. Champagneflaskor öppnades.

Om piratfrågan hade varit en dramatisk och publik historia, med debattartiklar, kända namn och stora kampanjer gentemot allmänheten, var DSM-arbetet på andra änden av spektrumet: lika enträget, men helt oglamouröst. Det var ett tjänstemannauppdrag, på alla nivåer. När direktivet väl röstats igenom i Bryssel och frågan blev ett svenskt lagstiftningsärende så tillsattes ingen expertgrupp och gjordes ingen SOU, utan frågan hanterades internt på justitiedepartementet. För Förläggareföreningen var arbetet med det 21 sidor långa remissvaret omfattande. Föreningens juristgrupp jobbade hårt i tre månader för att åstadkomma ett så välgrundat och balanserat remissvar som möjligt. Men arbetet var inte avslutat i och med inlämnat remissvar. Föreningen träffade tjänstemän och politiker, både enskilt och tillsammans med andra upphovsrättshavarorganisationer. Den 30 november, efter att omröstningen hade skjutits upp flera gånger så att Sverige var bland de sista länderna att implementera direktivet, röstades lagen slutligen igenom. Den 1 januari 2023 trädde den i kraft.

LITTERATURSTÖDET

Det finns bara ett enda statligt stöd som riktas specifikt till förlagen, och det är litteraturstödet. Stödet infördes 1975 och ska säkra utgivningen av kvalificerad litteratur i Sverige. För många förlag är stödet helt avgörande.

Att stödet varit beständigt, och att utformningen inte genomgått drastiska förändringar, är en styrka. Det är ett efterhandsstöd, det vill säga att förlagen beviljas stöd för redan utgivna titlar, och baseras på antal sidor. Stödet kan bara ges till förstaupplagor (klassiker borträknat) och upplagan får max ligga på 5 000 exemplar. Det är ett för staten billigt och mycket effektivt stöd som är uppskattat av förlagen, och det ger också ringar på vattnet: bakom de litteraturstödda titlarna finns författare, översättare, illustratörer, formgivare, redaktörer, förläggare, som alla stimuleras av stödet.

Under det tidiga 2000-talet ville dock Kulturrådet förändra stödet. Hösten 2003 meddelade de förlagen att antalet sökanden på kort tid ökat kraftigt, från 1 500 till 2 000 titlar om året, och att det skulle innebära att fler titlar avslogs, om inte medlen omfördelades. De föreslog att den övre upplagegränsen skulle sänkas till 4 000 exemplar, och att maxpriset skulle höjas. Förläggareföreningen invände direkt – fokuset på upplagestorlek menade man skiftade fokus från stödets uppgift, att vara ett kvalitetsstöd. Resultatet blev en kompromiss där upplagegränsen ändrades till 5 000 exemplar, och att det så kallade lagerstödet för klassiker togs bort.

Kulturutredningen, som presenterade sitt betänkande i början av 2009, föreslog att litteraturstödet skulle göras om till ett allmänt stöd för litteratur- och biblioteksområdet. Kulturrådet skulle få större frihet att fördela medlen mellan olika ändamål, och själva litteraturstödet skulle i samma veva förändras från ett titelstöd till ett projektstöd. Till grund för beslut skulle projektets ekonomiska behov och litterära kvalitet sammanvägas med kulturpolitiska prioriteringar. Förläggareföreningen, och en mängd enskilda förlag, protesterade kraftigt. Ett sådant ingrepp i stödstrukturen skulle ge staten större möjlighet till styrning och politisera utgivningsstödet. I sitt remissvar skrev föreningen att förslaget var »illa genomtänkt« och understrykte vikten av att kvalitet skulle fortsätta vara den centrala bedömningsgrunden. Utredningens förslag blev inte verklighet i sin helhet, men när det reformerade stödet trädde i kraft i juni 2010 hade efterhandsstödet

”

Det är ett för staten billigt och mycket effektivt stöd som är uppskattat av förlagen, och det ger också ringar på vattnet: bakom de litteraturstödda titlarna finns författare, översättare, illustratörer, formgivare, redaktörer, förläggare.

kompletterats med ett projektstöd, eller förhandsstödet som det nu kallades.

Bara två år senare var det dags för nästa utredning att föreslå ändringar i litteraturstödet. Litteraturutredningen ville se ett »Läslyft för Sverige«, med bland annat pengar till författarframträdanden i bokhandeln och stöd för digitalisering av äldre titlar. Några ytterligare medel för detta skulle inte skjutas till, utan de befintliga skulle omprioriteras. Det statliga stödet till folkbibliotekens inköp av barn- och ungdomslitteratur skulle slopas, och dessutom föreslogs att restriktioner skulle införas för hur mycket stöd ett enskilt förlag eller förlagsgrupp skulle kunna få. Återigen var Förläggareföreningen kritisk till ingreppen. Ett ökat fokus på läsfrämjande arbete välkomnades givetvis, men att det skulle finansieras genom att beprövade och fungerande strukturer övergavs för oprövade var inte rimligt. En begränsning av hur mycket stöd det enskilda förlaget var berättigat till skulle heller inte gagna utgivningen av kvalitetslitteratur, utan fokusera i alltför hög grad på vilket förlag som gav ut boken. När regeringens proposition, *Läsa för livet*, väl presenterades 2013 fanns inga av försämringarna med. Politiken hade valt att gå på föreningens linje.

Våren 2020 slog Coronapandemin till. Affärerna inne i städerna gapade tomma, de internationella bokmässorna ställdes in en efter en, och framtiden var mycket oviss: även om det senare skulle visa sig att bokförsäljningen totalt sett stärktes under pandemin var oron stor i början. Förläggareföreningens tillsatta krisgrupp krävde att litteraturstödet skulle höjas med femtio miljoner kronor, för att garantera mångfald i utgivningen också under dessa extraordinära omständigheter. Några femtio miljoner blev det inte, men Kulturrådet höjde stödet med tio procent till totalt 39 miljoner kronor. Också distributionsstödet höjdes: istället för att som tidigare ersätta förlagen med femtio procent för de titlar som skickades ut till landets folkbibliotek skulle full ersättning utgå.

2023 fick Erik Wikberg, ekonomie doktor vid Handelshögskolan i Stockholm, i uppdrag att utreda litteraturstödet utformning. Sedan införandet hade ersättningsmodellen varit i princip oförändrad. Wikbergs uppgift var att undersöka huruvida den borde ändras mot bakgrund av de nya digitala formaten. Var detta ett tecken på att Kulturrådet än en gång vill förändra stödet? En sak är säker: för Förläggareföreningen fortsätter frågan om ett starkt litteraturstöd vara av allra största vikt.

VIDARE LÄSNING

Fritt eller gratis. Den digitala bokens framtid

E-boken. Lätt att göra, svår att sälja

Litteraturstödet. Från kvalitet till behov

Erik Peurell, Litteraturstödet, i *Böckernas tid*, red Svedjedal

Förläggareföreningens verksamhetsberättelser 2003–2023

SAMMANFATTNING OCH FRAMTIDSBLICK

Ägandeförhållanden, politiska beslut och AI

Richard Herold, Jesper Monthán & Martina Stenström

DET har gått drygt 20 år sedan det senast skrevs en framtidsspaning i en rapport från Förläggareföreningen. Nästa gång bör vi nog skriva en redan om 10 år. För så mycket har hänt under de här åren, så stora har förändringarna varit. Det kommande decenniet lär knappast bli mindre händelserikt.

DEN FÖRRA FRAMTIDEN

Boksektorn i framtiden – så hette kapitlet som avslutade rapporten över 1973–2003. Kapitelförfattaren Bengt Brodin, docent i företags ekonomi och verksam som konsult inom strategi och marknadsfrågor i boksektorn, trodde att ganska lite skulle hända på bokmarknaden. Det mesta skulle vara sig likt, förutom på fyra punkter:

1. Marknadsföringseffekter
2. Minskad betydelse av yttre regelverk
3. Teknikutveckling
4. Strukturförändring

Brodin såg framför sig att marknadsföringens effekter skulle betonas mer än aktivitetsrabatternas storlek, men så har det inte blivit, bokhandelns fokus på rabatter och returer är fortfarande stark.

Den andra punkten rörde det yttre regelverket, alltså lagar och regleringar. Brodin spådde att diskussionen framförallt skulle vara inriktat på kulturpolitiska snarare än kommersiella frågor. Här får vi ge honom rätt: regelverket från stat och myndigheter har knappast varit en framträdande fråga under de senaste tjugo åren. Möjligen är frågorna på väg upp igen, inte minst genom EU:s olika initiativ.

Sedan har vi tekniken, eller informationsteknologin som Brodin uttryckte det. Även om han trodde att den skulle påverka flera aspekter av bokbranschen skulle den främst hjälpa bokhandeln att analysera kunder och sortiment och därmed bidra till att stärka deras position gentemot mot förlagen.

Han bedömde också att den då nya försäljningskanalen – internetbokhandeln – skulle få en viss, men långt ifrån dominerande ställning inom boksektorn.

Att teknikutvecklingen kom att påverka bokbranschen var kanske inte en djärv gissning 2003. Effekterna av den nya tekniken kom dock i en form Brodin inte föreställde sig. Digitaliseringen och globaliseringen är två av de starkaste trenderna som påverkat hela västvärldens samhällsliv sedan millennieskiftet. Dessa krafter har även påverkat den svenska bokbranschen.

Den första vågen av digitalisering för bokbranschen del, väl beskrivet i Erik Wahllins kapitel, innebar en förflyttning från fysisk bokhandel till internetbokhandel. I 2023 års bokförsäljningsstatistik har, en förvisso minskande, internetbokhandel (inklusive bokklubbar) mer än dubbelt så stor marknadsandel som den fysiska bokhandeln.

Trots detta påtagliga skifte på återförsäljarmarknaden så påverkade denna fas av digitalisering inte förlagen i särskilt stor utsträckning. Det var fortfarande tryckta böcker som var i fokus.

När sedan en andra våg av digitalisering var i antågande var förlagen helt inriktade på att den skulle innebära en formatförskjutning från den tryckta boken, men vi förväntade oss att det nya formatet skulle vara e-boken. Det hade vi sett på de större tyska och anglosaxiska marknaderna. Men den digitaliseringsvåg som på djupet kom att påverka förlagens vardag blev det strömmade ljudet. Det var knappast förväntat och för många förlag tog det tid att inse hur stor betydelse ljudboken som format och strömningstjänsterna som kanal skulle komma att få.

Slutligen trodde Brodin att en viss strukturförändring skulle komma vad gällde bokbranschens olika aktörer. Vissa förlag kunde möjligen internationaliseras, men den största förändringen han förutspådde rörde bokhandeln som i kraft av sin förmåga att lansera författarprofiler, styra sortiment och analysera kunder skulle komma att stärka sin ställning gentemot förlagen.

Det här kan tyckas vara Brodins största bom. Vad vi sett är en allt svagare fysisk bokhandel, som minskat både i antal och i marknadsandel under perioden. Men det går ändå att ge Brodin rätt till viss del, för även om han hade fel om att det var bokhandeln som skulle komma att styra sortiment och kunder så är det ändå en av de mest framträdande dragen på dagens bokmarknad; hur strömningsbolagen genom sin enorma data kan skapa författarkarriärer och styra kunder, något som Svante Weyler lyfter fram i sin text.

Vad ska man då säga om framtiden? Ska man, som Bengt Brodin, säga att den i mångt och mycket kommer att gestalta sig som under de gångna årtiondena? Mja, knappast. Man ska nog konstatera att de förändringar som påverkat bokbranschen har varit krafter som i första hand inte har endast med bokbranschen att göra, utan krafter som har påverkat hela vårt samhälle, och inte bara i Sverige utan i hela vår värld.

Den rörelse vi är mitt uppe i kommer sannolikt att förstärkas, de digitala plattformarnas expansion och teknikutvecklingen har knappast nått sin slutpunkt, mycket talar för att vi bara är i början av en marknad, där internationell närvaro på den svenska bokmarknaden och AI är de mest påtagliga förändringsdrivarna.

FÖRÄNDRINGAR I FÖRLAGSLEDET FRÅN 2003

Nollnolltalet inleddes med en kraftig ökning av försäljningen av böcker efter momssänkningen 2002. Det var en period av bred generell uppgång för fysiska böcker i alla format. En rad nya förlag startades, en generationsväxling påbörjades i branschen, och flera av förlagen som startade eller växte sig stora dessa år är idag bland Sveriges största: Piratförlaget, Lind & Co, Tukan, Modernista, Bookmark, Massolit, Pocketförlaget och Historiska media.

Under andra halvan av undersökningsperioden, från finanskrisen

och framåt, vek försäljningen av fysiska böcker, framförallt i bokklubbar och varuhus. Samtidigt gjorde strömningen entré.

Detta kom att påverka förlagen på olika sätt, en rad uppköp på den svenska bokmarknaden från 2015 och framåt förändrade delvis landskapet. Bonniers men framförallt Storytel Books har gjort en rad strategiska förvärv. Ett antal mindre kvalitetsförlag, som Atlantis, Brombergs och Weyler uppgick i större förlagsstrukturer. Andra förvärv har snarare gjorts för att bygga katalog och skapa tillväxt i ljudbokstjänsterna. Och vi har sett hur förlag från våra nordiska grannländer etablerat sig i Sverige.

Sett över hela perioden har Bonniers trots förvärven av Bazar och Historiska media tappat marknadsandelar. Storytel Books, som inte ens existerade när denna rapport tar sin början har genom förvärven av Norstedts, Storyside, Massolit/Forma och Lind & Co, blivit Sveriges näst största förlagshus, och närmar sig Bonniers. Tre av Danmarks största förlag, Egmont, Gyldendal och Politiken, har etablerat sig med egna filialer, Saga Egmont, Wapi respektive Polaris.

Med tanke på strömningstjänsternas allt större andel av marknaden finns anledning att tro att fler förlag kommer att köpas upp, och vertikaler stärkas. I den hårdnande konkurrensen är det inte otänkbart att fler förlag som lyckats väl med sina ljudsatsningar kan komma att uppvaktas av de stora ägarna.

För det stora flertalet förlag, små som mellanstora, kommer det nog ändå vara *business as usual*, in om än med en ny uppsättning utmaningar. Svenska förlag har haft en extrem förmåga till anpassning inför de förändringar och den konkurrens som uppstått.

Nu står förlagen inför att dels att förhålla sig till lägre intäkter per lyssnad bok och en ökad konkurrens då antalet titlar vuxit kraftigt i strömningstjänsterna. Och dels minskande fysiska volymer, stigande produktions- och lagerkostnader, samt högre förskott till författarna.

Den fysiska försäljningen är 2023 fortfarande fortsatt större än den digitala i kronor räknat. Men vi ser en allt tydligare tudelning av marknaden: massmarknadsböcker som deckare och feelgood konsumeras i ljudformatet, kvalificerad skönlitteratur, barn- och ungdomsböcker och facklitteratur ser huvudsakligen intäkter från fysisk försäljning.

Tendensen är att den tryckta boken minskar och att vi närmar oss en utplaning för ljudboken. Skulle något nytt format kunna komma att få ett genomslag på samma sätt som ljudboken? Antagligen inte,

även om e-boken växer igen (om än från låga volymer), och där det rimligen borde finnas tillväxtpotential tack vare formatets förtjänster.

Spotify:s aviserade satsning på ljudböcker, som ännu inte nått Sverige, är svår att bedöma. Kan en fusion av podcast och ljudböcker i form av mer dramatiserad lyssning bli ett möjligt nytt format? Mja, kanske inte.

Konkurrensen om lyssnarna på ljudmarknaden, som under den kommande perioden också kommer att inbegripa Spotify lär resultera i en konsolidering av ljudmarknaden. Frågan är hur många aktörer som fortfarande finns på marknaden när nästa rapport skrivs.

Allt detta påverkas förstås av efterfrågan och läsningens ställning framöver. Signalerna pekar i olika riktning, dels finns ett nyväckt intresse och engagemang för böcker i sociala medier, inte minst på Tiktok, samt de senaste årens stora satsningar på läsning i skolan. Samtidigt kommer alarmerande rapporter om minskat läsande. Om den hårdnande konkurrensen om tiden och minskad läsförståelse.

POLITIKEN, LÄSANDET OCH LITTERATURENS EKOSYSTEM

Sedan millennieskiftet har samhället digitaliserats i en rasande fart. 90-talets utmanare blev snabbt etablissemang och marknadsjättar. Läsarbeteendet har följt med sin tid, papper har ersatts av skärmar, text har ersatts av ljud och bild.

Även om vi konsumerar text i aldrig tidigare skådad omfattning är det av en annan art. Skumläsningen har ersatt djupläsningen. Kognitionsforskning har visat att vi lär oss mer av att ta del av information på papper i stället för skärm. Att kunna *avkoda* text är inte samma sak som att *förstå* den. Uppemot en femtedel av alla 15-åringar når idag inte över basnivån i läsförståelse och fyra av tio anser att »läsning är slöseri med tid«. De socioekonomiska skillnaderna är markanta och klyftan växer, samtidigt som skolan inte klarar av sitt kompensatoriska uppdrag.

Bristande läsförmåga är inte bara en förlust för den enskilda individen. Det är ett akut samhällsproblem. För att kunna delta i demokratin och fatta upplysta beslut krävs att man kan tillgodogöra sig information. Bristande läs- och skrivkunnighet försvårar detta avsevärt. Politiker över hela den politiska skalan har varit senfärdiga i att bemöta utvecklingen. Men vi ser nu äntligen ekonomiska satsningar

från regeringen, som aviserat ökade inköp av fysiska böcker till skolor och fler skolbibliotek.

För bokförlagen är det förstås av avgörande betydelse att nya generationer upptäcker läsandet. För Förläggareföreningen är det en akut fråga att nu se till att hålla dessa frågor på den politiska agendan.

Tillgängligheten för böcker, satsningar på bredd i utgivningen och läsförmedlande är några av de frågor som måste prioriteras av såväl politik som samhälle. Och som kan åtgärdas med ett utökat litteraturstöd, samt fortsatta satsningar på läsning i skolan och på biblioteken.

ETT AVSLUT OM AI

Det går inte att skriva en framtidsspaning utan att ta upp den tekniska utvecklingen som AI innebär. Bengt Brodin talade om informationsteknologin, med AI öppnas det upp för genomgripande påverkan på varje aspekt av förlagens verksamhet.

AI förefaller ha stora möjligheter att hantera många av de moment som vi ser som centrala för ett förlags arbete: att välja, översätta, förfina och distribuera text. Det kan komma att innebära stora kostnadsbesparingar för förlagen, men utmanar också idén om vad ett förlag är.

I det mörkaste av framtidsscenarioer sitter en person på varje förlag och publicerar tre böcker om dagen, som Svante Weyler refererar till i sin text. Men mer troligt är – väl – att i det enorma brus som kommer att växa sig allt mer öronbedövande, så behövs förlagen än mer för att kurera, kvalitetssäkra och hjälpa läsarna till rätt böcker, oavsett vad de gillar att läsa.

Det kommande decenniet väntas en fortsatt tillväxt av titlar på marknaden, då såväl AI-inlästa böcker och engelskspråkig litteratur lär öka i strömningstjänsterna. Nya förlag kommer att med stöd av AI tillgängliggöra mängder av böcker och det är troligt att den del av konsumtionen av engelska böcker som vi ser på den fysiska marknaden (20 procent år 2023) kommer att avspeglas även på ljudsidan.

Tio år går fort, snart sitter en ny grupp representanter för styrelsen i Förläggareföreningen och utvärderar denna rapport och funderar vad som ska hända i framtiden. Det känns väldigt avlägset, men trots oro för bokens status och intresset för läsning är det ändå svårt att inte känna optimism. Bokens kraft är enastående, läsning är något djupt värdefullt för såväl den enskilde som samhället.

Det finns god anledning att se positivt på en framtid med AI och en ljudmarknad som lär ha passerat 50 procent under de kommande tio åren, för vissa blir det ett stålbad, för andra en tid av expansion. Men att politiken så brett stöder läsande och att förlagen är så snabba till anpassning är starka tecken på att det finns gott hopp om en livaktig bokmarknad i Sverige även 2034.

