



# Hørings svar

Utredning om litteratur- og  
språkpolitiske virkemidler &  
Utredning av litteraturpolitiske  
virkemidler i Europa,  
”Til bokas pris”

Fra Bokhandlerforeningen til Kulturdepartementet og  
Kunnskapsdepartementet.

Oslo, 16. april 2012

## 1.0 Innledning

Bokhandlerforeningen takker for anledningen til å gi hørings svar til følgende rapporter: Utredning av litteraturpolitiske virkemidler i Europa, "Til bokas pris" av Tore Slaatta og Helge Rønning, og Utredning om litteratur- og språkpolitiske virkemidler av Oslo Economics (heretter OE-rapporten).

Bokhandlerforeningen mener at en kunnskapsbasert beslutning om fremtidige rammevilkår for litteratur er et klokt valg. Vi vil kommentere rapportene og supplere med fakta og informasjon der vi mener det er utilstrekkelig eller behov for korrigeringer.

### Følgende standpunkt vil bli nærmere begrunnet:

- Bokhandlerforeningen støtter en boklov som bygger på fastpris på ny litteratur på norsk uavhengig av format.
- Fastprisperioden for fagbøker (bokgruppe 2) må være minst 2 år.
- Bokhandlerforeningen mener en lov må fastslå prinsipper som sørger for litteraturabonnement og skaffe- og leveringsplikt av bøker.

Bokhandlerforeningen gjør oppmerksom på at fastprisperioden for bokgruppe 2 er begrenset til 31.12.2012 og ber om at avtalen for denne bokgruppen forlenges i påvente av en avklaring om fremtidig rammebetingelser for litteratur.

### Følgende vedlegg følger notatet:

1. Centre d'analyse stratégique: Bærekraftig utvikling. Bokbransjens aktører i den digitale tidsalder. Bokhandlerforeningen har fått oversatt rapporten til norsk (side 24).
2. Rapport om svensk bokmarked 2012, Kjell Bolund (side 40)
3. Bokundersøkelsen 2012  
[http://www.bokhandlerforeningen.no/20120320\\_Leserundersokelsen\\_2012.pdf](http://www.bokhandlerforeningen.no/20120320_Leserundersokelsen_2012.pdf)

## 2.0 Oppsummering

Både "Til Bokas pris" og "OE- rapporten" slår fast at dagens litterære virkemidler virker.

I begge rapportene finnes sterk støtte for bokhandelens betydning for å gjøre bøkene tilgjengelige, og formidlet til leseren. Dette anses som viktig for å ivareta bokas unike kulturelle posisjon i enhver befolkning. Rapportene beskriver at bokhandelen opplever sterkt press fra andre distribusjonskanaler og at dette svekker vår viktige rolle for å tilgjengeliggjøre et bredt utvalg av titler og reduserer viktige bidrag i et levende lokalsamfunn. En fripris vil sette kraftig fart på en forverring. En boklov vil derimot i større grad sørge for å opprettholde bokhandelens rolle for økt lesing.

Distribusjonsformene for bøker er i stor utvikling og endring. Dette mener vi, på linje med både forleggere og forfattere, er til det gode for leseren og lesingen. Valgfrihet med hensyn til kjøpskanal og format av bøker møter de behov befolkningen har og vil etterspørre. Det innebærer en stor omstilling for den tradisjonelle bokhandelen med en bevegelse over i andre forretningsmodeller. Det er selvsagt at vi som bransje både skal bidra til å utvikle, og tilpasse oss det

Både "Til Bokas pris" og "OE- rapporten" slår fast at dagens litterære virkemidler virker.

Det er selvsagt at vi som bransje både skal bidra til å utvikle, og tilpasse oss det kjøpsmønster leserne foretrekker.

kjøpsmønster leserne foretrekker. I dag kjøper de fleste bokkjøperne fremdeles bøkene i den tradisjonelle bokhandelen (91 prosent)<sup>1</sup> mens rundt 24 prosent kjøpte bøker i norske nettbokhandel og 16 prosent handlet bøker i utenlandske nettbokhandlere. Det er et godt stykke igjen før e-bøker er et betydelig format for folk flest. 9 prosent av befolkningen leste minst en e-bok i 2011, mens 7 prosent av befolkningen kjøpte minst en e-bok. Det er god grunn til å mene at den "spagatøvelsen" som bokhandlere står i vil vare i mange år, men bevegelsen vil gå fra det tradisjonelle og over i det digitale. Det er grunn til å peke på bekymringen som fremsettes i rapportene, og av mange andre norske og europeiske aktører, blant andre fra Senter for strategisk analyse i Frankrike<sup>2</sup>, når det gjelder bortfall av den fysiske bokhandelen og konsekvensene av dette for lesingen. (Mer utdyping av dette senere i notatet). Vi mener det er avgjørende å sørge for en utvikling hvor nett og fysisk bokhandel utvikles i en god sameksistens, siden de til dels fyller ulike roller. Uansett mener vi det er viktig å sikre at grunnlaget må være å *formidle* både mangfold og bredde av litteratur ut til folk uansett hvor de bor. Spørsmålet vil være hvordan vi best opprettholder spredning av mangfold og bredde, og hvilken rolle bokhandlere, med sin fagkompetanse på formidling av litteratur, skal spille i distribusjonen.

Fastprissystemet bidrar til at forlag og bokhandlere kan satse på kulturell verdi, og ikke bare ta kommersielle hensyn.

Fastpris sikrer ny litteratur på norsk til samme pris, og samme tid over hele landet.

Bokhandlerforeningen mener en boklov med faste priser, som sikrer lik pris på ny litteratur på norsk, til samme tid over hele land, best vil ivareta de litteraturpolitiske målsetningene om bredde, kvalitet og tilgjengelighet. Fastprissystemet bidrar til at forlag og bokhandlere kan satse på kulturell verdi, og ikke bare ta kommersielle hensyn. Dette gir rom for flere nye forfattere og gir et større mangfold for leseren. Faste priser bidrar til økt og mer reell konkurranse for det som er viktig for boka, fordi det da vil handle om det viktigste; innholdet, den kunstneriske verdien og den redaksjonelle kvaliteten. Dette er kulturpolitiske argumenter som også er gyldige i en digitalisert bokbransje.

Med dagens rammevilkår kan vi si at bokmarkedet er *tilbudsbasert* fordi det ikke først og fremst er etterspørsel som styrer produksjon og distribusjon. En friprissituasjon vil i større grad føre til et etterspørselsbasert marked. Reguleringer på kulturfeltet er ofte ønskelige for å sørge for at tilbudet blir bredere og mer tilgjengelig enn hva tilfellet ville vært uten reguleringer.

Bokhandlerforeningen mener det avgjørende er at vi lovfester de grunnleggende elementene i dagens bokavtale, med fastpris på bøker som sikrer lik distribusjon av ny litteratur på norsk til samme tid over hele landet. Det handler om å lage et varig og robust system som verner om lesingen og sikrer den rette balansen mellom marked og demokratiske prinsipper. Tiden er nå moden for en boklov.

<sup>1</sup> Synovate leseundersøkelse 2012. Gjort på oppdrag fra Bokhandlerforeningen og Forleggerforeningen.

<sup>2</sup> Centre d'analyse stratégique (Senter for strategisk analyse); mars 2012; Nr. 271; Analyseskriver: Bærekraftig utvikling. Bokbransjens aktører i den digitale tidsalder

## 3.0 Kommentarer til rapportene

### 3.1 Utredning om litteratur- og språkpolitiske virkemidler av Oslo Economics

#### 3.1.1. Hovedkonklusjon: støtter fastpris

"OE- rapporten" konkluderer med at virkemidlene i språk- og litteraturpolitikken er effektive og at de har god måloppnåelse. Om fastprisen spesielt finner de at det er et effektivt virkemiddel og at det er vanskelig å finne økonomiske argumenter for ikke å videreføre dette. Konklusjonen om at fastpris er et viktig litteraturpolitisk virkemiddel er godt dokumentert, men vi er overrasket over anbefalingene som følger av konklusjonen.

- 1) For det første at fastpris bare bør tillates på skjønnlitteratur og på sakprosa og ikke på faglitteratur.
- 2) For det andre at en fastpris skal være frivillig, det vil si at ethvert forlag for enhver utgivelse kan avgjøre hvorvidt boken skal ha fastpris og, i følge anbefalingen, hvor lang fastprisperioden skal være.
- 3) For det tredje at forslaget om frivillig fastpris ikke er konsekvensutredet.

#### Områder vi mener er utelatt eller for dårlig utredet

#### 3.1.2. Flere markedssvikt ved bokmarkedet enn det rapporten dekker

"OE- rapporten" peker på problemer med markeder for typiske informasjonsgoder som bøker. Markeder der verdien eller kvaliteten på produktet er ukjent på kjøpstidspunktet. Professor Karine Nyborg påpekte i en kronikk "Fri bokpris kan bli høy bokpris"<sup>3</sup> i Aftenposten 13. januar 2012, at det er andre typer markedssvikt i bokmarkedet som kan begrunne offentlige inngrep. Bokproduksjon er kjennetegnet ved høye faste kostnader og lave løpende enhetskostnader. Dette er påpekt i kapittel 5, men markedssvikten dette medfører er ikke drøftet. Fripriskonkurransen og fallende gjennomsnittskostnader kan medføre at aktørene underbyr hverandre. Prisen vil presses stadig nærmere enhetskostnadene. Aktører vil bli utkonkurrert når det ikke klarer å dekke de høye faste kostnadene. Målene i litteraturpolitikken er mangfold og bredde. I en fri konkurransesituasjon kan priskrig og færre utgivelser bli et resultat. Dette kan også medføre markedskonsentrasjon med færre tilbydere og risiko for høyere priser. I markedet for nedlastbare bøker og papirbøker solgt over internett er konsentrasjonstakten langt hyppigere enn den vi ser for fysisk bokhandlervirksomhet. Kombinasjon av økt netthandel og fripris vil gi langt færre bokhandler enn vi har i dag. Dette vil ramme leserne som vil møte et mindre utvalg og trolig høyere gjennomsnittspriser.

#### 3.1.3. Feil forståelse av campusbokhandelens rolle

Anbefalingen om at fastpris bør tillates på skjønnlitteratur og på sakprosa og ikke på faglitteratur er tuftet på en feil forståelse av campusbokhandelens rolle og av det akademiske systemet. Argumentasjonen for at fastprisen er et effektivt virkemiddel tar utgangspunkt i at boka er et informasjonsgode. Et informasjonsgode er kjennetegnet ved at verdien av produktet er ukjent på kjøpstidspunktet, og som Oslo Economics skriver i sin rapport "etterspørselen etter denne type goder er typisk følsom for hvordan salgsvirksomheten er

---

<sup>3</sup> Kronikk: Karine Nyborg: <http://www.aftenposten.no/meninger/Fri-bokpris-kan-bli-hoy-bokpris-6740827.html>

innrettet, tilrettelegging av informasjon, anbefalinger, ekspertvurderinger osv.”. Utrederne skriver at betydningen av distribusjonsleddet er mindre når det gjelder faglitteratur, at ved anskaffelse av pensumlitteratur er kjøpene bestemt av pensumlistene og ikke av informasjon som mottas i bokhandelen. Dette er ikke korrekt slik systemet fungerer i dag. Innenfor flere fagområder benyttes det nå etter Kvalitetsreformen ressurslister fremfor, eller i tillegg, til pensumlister. Dette er lister med mange titler av anbefalt litteratur der studentene selv kan velge hvilke bøker de ønsker å bruke. Her spiller campusbokhandelen en viktig rolle, med egne ansvarlige for de ulike fagområdene som kan veilede studentene utover innholdet i pensumlistene. Campusbokhandelen er en uvurderlig ressurs ved alle universiteter og høyskoler, et sted der studenter kan få kjøpt faglitteratur, både den som står på pensumlista og tilleggslitteratur. De kan bla i bøkene og gjøre seg kjent med innholdet.

Campusbokhandelen er også en viktig kunnskapsbase og veileder for masterstudenter som har stort behov for ulik litteratur for eksempel i forbindelse med oppgaveskriving. Utredningen vurderer ikke konsekvenser ved bortfall av campushandelen og de følgende dette vil ha for norsk fagbokproduksjon og utvikling av norsk fagspråk.

### 3.1.4. Forslaget om en frivillig fastpris

”OE- rapporten” viser at fastprismodeller kan skape merverdier, men argumenterer for at fastprisen bør være en rett og ikke en plikt. Vi vil advare mot en slik mellomløsning. I Danmark har det siden 2001 vært opp til forlaget selv å velge prismodell, og i dag er andelen bøker som selges med fastpris ca 1 prosent. I Danmark pågår det i disse dager en debatt om å gjeninnføre faste bokpriser. Litteraturen i Danmark er under press. Det leses og utgis mange bøker, men salget konsentreres om færre og færre titler. ”OE- rapporten” skriver at Norge ikke nødvendigvis vil oppleve den samme avviklingen av fastpris slik danskene har opplevd og at de forlagene som velger vekk fastprisen indikerer derfor at det ikke er den beste prismodellen. Det er ikke alltid slik at en enkeltaktørs handling er den som er best for helheten. I Foros & Kind rapporten<sup>4</sup> understrekes det at selv om det er en frivillig adgang til å sette fastpris vil den i liten grad bli benyttet. Incentivene til å benytte fastpris under en frivillig ordning er ikke drøftet i ”OE- rapporten”. For enkeltforlag vil gevinsten av å ha et bokhandlernettt å selge bøkene gjennom deles med de andre forlagene og være like stor uavhengig av om de velger fast eller fri pris for sine utgivelser. Slike gratispassasjerproblemer taler for faste bokpriser for alle, som en plikt. En løsning der enkeltaktører kan operere som gratispassasjerer vil føre til at fastprissystemet forsvinner. Dette har skjedd i Danmark. Rapporten ”Til bokas pris” viser også at konkurransen i bokhandlerleddet tilspisses kraftig. I Danmark, som har hatt en frivillig fastprisordning som i praksis er en friprissituasjon, er det nå to dominerende bokhandlerkjeder og deres posisjon er betydelig styrket i løpet av året. Det har likeledes blitt en betydelig mer aggressiv konkurranse mellom de små kjedene som i økende grad legger vekt på pallesalg av bestselgere. Spådommen i Danmark er at det vil være en kjede-uavhengig bokhandel igjen i Danmark. Også i England var de veien om en frivillig ordning før fastprisordningen ble avvirket.

En løsning der enkeltaktører kan operere som gratispassasjerer vil føre til at fastprissystemet forsvinner.

Oslo Economics begrunner forslaget om frivillig fastpris ut fra to hensyn. Den ene grunnen er at digitale plattformer er i vekst og at kontraktsformene vil variere mellom ulike plattformer. Ergo vil det være behov for ulike prismodeller.

<sup>4</sup> Fastpris på bøker: Bransjeomfattende eller frivillig?

Den andre årsaken de løfter frem er behov for fleksibilitet i prisfastsetting for ulikt innhold, og at utgivelse kan ha behov for en lengre fastprisperiode sammenlignet med en annen utgivelse. Behovet for fleksibilitet ved prissetting av bøker, uansett format, er ivaretatt i dagens fastprisordning. E-bøker og papirbøker er ulike format og er priset ulikt. Som for ethvert nytt marked vil det være behov for prøving og feiling i prisfastsettelsen, men fastprisen er ikke til hinder for endring av prispraksis for nye e-bokutgivelser. Når det gjelder den andre begrunnelsen vil forlagene, under en fastprisordning med fast og lik fastprisperiode, benytte innføring av nye versjoner (eks pocketutgivelser) som prisjusterende elementer. Gjennom disse mekanismene opprettholdes de gode effektene av fastprisordningen. Oslo Economics argumenterer for at fastprisen kanskje bør være lenger for enkelte utgivelser enn den er i dag. Dette er imidlertid allerede ivaretatt i gjeldende unntakforskrift og i Bokavtalen. For særlig ressurskrevende utgivelser kan leverandøren forlenge fastprisperioden til inntil sju år.

### 3.1.5. Digitalisering

Oslo Economics har gjennom en rekke gode økonomiske analyser dokumentert bokhandelens betydning for å gjøre bøkene tilgjengelige for leseren. De analyserer dessverre ikke nettbokhandelens rolle som formidler, hvilken rolle sosiale medier spiller, eller dokumenterer forskjellene mellom fysiske og digitale kanaler i formidling av og fremme av ny og mindre kjent litteratur. Det hadde vi gjerne sett at de hadde gjort. I en stadig mer digital hverdag er dette viktige aspekter å ha med seg når man skal diskutere hvilke rammeverk som best vil ivareta de litteraturpolitiske målene for fremtiden, vi kommenterer dette under punktet om digitalisering senere i høringssvaret.

Oslo Economics påpeker at det er viktig at fremtidige reguleringer ikke hemmer en digital innovasjon. Rapporten "Til bokas pris" konkluderer med at faste priser ikke hemmer en digital innovasjon.

## 3.2 "Til bokas pris" av Rønning og Slaatta

### 3.2.1. Hovedkonklusjon: støtter boklov med fastpris

Rapporten konkluderer med at boklov er best egnet til å nå språk- og litteraturpolitiske mål. Rapporten viser at prissystem har liten innvirkning på prisnivå, men har betydning for hvilke bøker som utgis og selges. Det pekes også på sammenhengen mellom bransjegliding fra bokhandel til andre kanaler og økt bestselgersalg, og at denne effekten er større i friprisland enn i fastprisland. Rapporten fører god argumentasjon for at fastpris er det virkemidlet som best ivaretar og tilgjengeliggjør et mangfoldig boktilbud. De peker også på at frivillige avtaler ikke lenger er en farbar vei, og anbefaler en lovfesting av fastprisen. Den konkluderer også med at en boklov vil bidra til å sikre sterke fagmiljøer og sikre en bred norsk fagbokproduksjon. Analysen er gjennomgående god og fagbokmarkedets utfordringer er godt belyst. Rapporten peker på et viktig aspekt ved faglitteraturen, nemlig at virkemidlene på dette området også har språk- og kunnskapspolitiske effekter. Begge disse effektene trekker i positiv retning, fastpris på fagbøker bidrar til utvikling av det norske fagspråket og til økt kvalitet i utdanningen.

Rapporten anbefaler en boklov med fastpris for all type litteratur, også skolebøker. Skolebokmarkedet ble deregulert i 2005 og effektene av denne

Rapporten viser at prissystem har liten innvirkning på prisnivå, men har betydning for hvilke bøker som utgis og selges.

liberaliseringen er ikke evaluert. Bokhandlerforeningen har tidligere etterlyst en større konsekvensutredning av omleggingen og benytter anledningen til å understreke hvor viktig det er at dette blir gjennomført. Omleggingen medførte store endringer for bokhandel som mistet dette salget, og som i stor grad mistet tilleggsalg ved å ha elever eller lærere inne i butikk. Det har ikke fremkommet noe klart bilde av hvorvidt det enkelte fylke, den enkelte kommune eller den enkelte skole har spart ressurser som følge av liberaliseringen. Mest av alt bør man se på den litteraturpolitiske effekten av endringene.

Rapporten korrigerer en misforståelse om at norsk bokbransje ligger bakpå i den digitale utviklingen. Rapporten viser at den prosentvise omsetningen av e-bøker i Europa er lav og at dette gjelder generelt, ikke bare i Norge. Rapporten slår fast at argumentasjonen for fastprisens bidrag for å styrke mangfold og tilgjengelighet også gjelder for e-bøker. De påpeker de globale strukturendringene vi står ovenfor hvor det er de amerikanske teknologiselskapene Amazon, Apple og Google som i dag setter agendaen for den digitale utviklingen i Europa. Amazons europeiske hovedkvarter er plassert i Luxembourg og er derved underlagt dette landets skattelovgivning innen EU-området. Sammen representerer disse aktørene, i tillegg til kanadiske Kobo og muligens Barnes & Noble, en potensiell endringskraft på den europeiske bokbransjen som de etablerte aktørene må forholde seg til, og som kultur- og bokpolitikken må ta hensyn til. Markeder som de skandinaviske landene, der befolkningen generelt er kompetent i det engelske språk, er attraktive markeder for disse aktørene.

Rapporten konkluderer med at hvorvidt det er boklov eller friprissystem, ikke later til å innvirke på bransjens mulighet for å være innovativ.

Rapporten viser til at samarbeid er en måte å realisere gode e-bokløsninger på i små markeder og at ulike samarbeid, allianser og partnerskap preger det europeiske e-bokmarkedet per i dag. Rapporten konkluderer med at om det er boklov eller friprissystem, ikke synes å innvirke på bransjens mulighet for å være innovativ, men en boklov kan bidra til å beskytte nasjonale aktører.

”Til Bokas pris” peker på at det franske vedtaket om å gjøre bokloven gjeldende også for digitale bøker, ble akseptert av EU-kommisjonen, og gjør at boklovene ser ut til å ha en fremtid i Europa selv om e-bok og nettbokhandel skulle overta større deler av markedene. Bokbransjen betraktes som en egenartet bransje med spesielle behov for markedsregulerende beskyttelse.

## 4.0. Bokhandelens samfunnsrolle

Over hele landet, i store byer og på små tettsteder, finnes en bokhandel der folk bor. I løpet av en måned møter våre bokhandleransatte nærmere 3 millioner potensielle lesere. Det gir oss en viktig samfunnsrolle som vi opptatt av å ivareta på en god måte. Bokhandelen har ansvar for å bringe et mangfold av kvalitetslitteratur ut til folket. I bokhandelen skal leseren både kunne få kjøpe det alle leser, og samtidig få hjelp til å finne de store leseropplevelsene som færre vet om. Nærhet til bøker gjør lesing tilgjengelig for alle.

Formidlings- og veilederansvaret til bokhandelen er viktig for at bokmangfoldet skal nå ut til leseren. Kompetansen i bokhandelen er generelt høy. Rollen som faghandel er en klar ambisjon også når leseren beveger seg over i de digitale veiene.

Rapporten poengterer det særegne ved bøker; dette at "enhver bok er et "prototype produkt", som i begrenset grad kan komme en potensiell leser i møte uten at fysiske bokhandlere finnes". Det handler om at kunden møtes og veiledes til flere forfattere og titler enn de kjente til i utgangspunktet. Det kan på noen måter sammenlignes med å gå på et Vinmonopol hvor de fleste foretrekker å *snakke* med en vinmonopolansatt som har kunnskap om vin og som kan finne frem til den vinen som passer til ulik mat, ulik anledning og ulik smak. På samme måte som du ikke finner *den* gode rødvinen, men du finner mange, finner du heller ikke *den* bestemte gode boka, men mange og noe for enhver smak. Dette mangfoldet fyller en viktig rolle i kulturell og demokratisk bygging av identitet for en nasjon og for et folk. Dette omtales gjerne som et informasjonsgode, dvs. at en ikke kjenner kvaliteten på innholdet før en har tatt det i bruk, og i dette tilfelles lest boka. Bokhandlere veileder kunden og formidler litteraturen.

I en fripris situasjon er det først og fremst bestselgeren som vil bli solgt billigere og i andre kanaler som for eksempel kiosk og dagligvare. Dermed tar disse kanalene en viktig del av inntekten for den fysiske bokhandel. Konsekvensen blir at den fysiske bokhandel blir nødt til å ha økt fokus på andre varer og vil ha mindre ressurser til å satse på den smalere litteraturen, eller de ikke så kjente forfatterne. Det er heller ikke slik at målet med enhver bokproduksjon er å skape en bestselger. Det er i mange tilfeller ikke mulig å forutsi hva som er en bestselger, og et mangfold i utgivelser sikrer derfor også at de ikke åpenbare bestselgerene kommer på markedet. Et nærliggende eksempel er Jostein Gaarders bok *Sofies Verden* som per i dag er den norske boken som har solgt i størst opplag globalt.

Mangfoldet og innholdet er verdien i bokproduksjonen. Flesteparten av utgivelsene selger i et begrenset opplag, men utgjør viktige stemmer og er berikende for samfunnet. Slik er det også ment, og vært mulig, med de rammevilkår som litteraturpolitikken har vært bygget på i over 50 år.

Oslo Economic påpeker i sin rapport at bokproduksjon er preget av høye faste kostnader, og svært lave løpende enhetskostnader. Professor Karine Nyborg forklarer at problemet ved fri priskonkurransen vil kunne ha en "naturlig" tendens til prisrig ved fallende gjennomsnittskostnader:

Bokbransjen skiller seg fra den enkle situasjonen som ofte beskrives i lærebøkene av minst to grunner. For det første er produktene (ulike bokutgivelser) ikke identiske. De har hvert sitt marked, men etterspørselen er sterkt avhengig av hverandre. For det andre kommer det kulturpolitiske målet om bredde inn. For bokkjøperen kan to bøker virke like interessante: de har fått omtrent like gode anmeldelser, er i samme sjanger og later til å være myntet på samme publikum, og kjøperen vet uansett ikke hva som står i noen av dem – ennå. Bokkjøperen vil derfor kunne oppleve bøkene som likeverdige produkter og være helt indifferent mellom dem, dersom de har samme pris. Men etter at bøkene er lest, vil de sjelden være opplevd som like. Bredde dreier seg om at folk skal ha tilgang til ulike bøker, men vil trolig at det også er et hensyn at vi skal lese ulike bøker – det er berikende for kultur og også demokrati at mange forskjellige tanker spres og diskuteres. Det er altså neppe noe poeng i å ha fjorten toglinjer til Bergen, men det kan utmerket godt være et poeng i å ha fjorten ulike bøker om Bergen. Det kan derfor være kulturpolitiske grunner til å



hindre den typen priskrig som fører til at mangfoldet i antall forlag og antall utgivelser blir for lite<sup>5</sup>.

I en friprissituasjon vil bokbransjen tvinges til å rendyrke det kommersielt lønnsomme. Det betyr mer av det alle leser, og færre bøker av de mindre kjente forfatterne. Evnen til å ta et større samfunnsansvar som ikke nødvendigvis er kommersielt lønnsomt, reduseres kraftig.

Som en del av samfunnskontrakten og bokhandelens ansvar samarbeider bokbransjen i dag om en rekke felles aktiviteter. Målet for disse aktivitetene er fremme av lesing og litteratur og omfatter blant annet:

- Tusenvis av små og store lokale arrangement i regi av bokhandlere i samarbeid med forfattere, forlag og lokalt næringsliv eller foreninger foregår året rundt over hele landet. Bokhandlerforening og Forfatterforeningen arrangert treff hvor mange forfattere (både kjente og mindre kjente) hadde korte møter med mange bokhandlere som fikk inspirerte innlegg om den enkelte boka. Lokale arrangement ble avtalt og formidling av mangfold av forfatterskap rundt i landet er et resultat av dette.
- Store arrangement som for eksempel Oslo Bokfestival hvor Oslo fylles en helg i september med hundrevis av små og store litteraturarrangementer. 230 arrangement med over 200 forfattere. Festivalen er gratis og åpen for alle. 120 000 mennesker fant veien til festivalen i september i fjor.
- Leselystaksjonen som er landets største aksjon for å fremme boka og leseglede hos norske skolebarn. I år arrangeres Leselystaksjonen for niende gang. I fjor deltok over 70 prosent av landets barneskoler. Forfattere, forlag og bokhandlere bidrar til at skolene får god kvalitetslitteratur slik at lesing settes på dagsorden over hele landet.

Som en del av de rammebetingelsene vi har i dag ligger det en driver og en mulighet til å fokusere på det som ikke er kommersielt lønnsomt.

#### **4.1. Bokhandelsdrift og breddeansvar**

Bokhandelsdrift er kjennetegnet ved et høyt antall titler (varelinjer) og lav grad av forutsigbarhet i forhold til hva som kommer til å selge. Fokuset i bokhandelen skal være langt bredere enn på de varene som gir høyest fortjeneste ettersom utvalget skal gjenspeile det som kommer ut av ny norsk litteratur. Dette er ikke alltid ensbetydende med lønnsom drift.

Nettofortjenesten i bokhandelen ligger lavt, på 1,4 prosent for 2010. Sammenlignet med annen faghandel har bokhandelen en relativt lav bruttofortjeneste og det er ingen grunn til å tro at kostnadsbildet avviker vesentlig fra annen faghandel.

---

<sup>5</sup> Karine Nyborg: <http://www.aftenposten.no/meninger/Fri-bokpris-kan-bli-hoy-bokpris-6740827.html>

Tabell bruttofortjeneste annen faghandel.

Bruttofortjeneste fordelt på butikker som handler med:	2005	2006	2007	2008	2009
Tekstiler og utstyrsvarer	53,8	53,8	54,3	55,5	55,3
Klær	51,9	52,9	51,0	49,3	49,6
Skotøy og lærvarer	50,6	50,4	51,0	50,1	51,2
Kosmetikk og toalettartikler	46,3	45,1	45,8	46,2	47,3
Møbler, belysningsutstyr og husholdningsartikler	39,5	40,1	40,4	40,3	39,5
Bøker, aviser og papirvarer	40,4	39,7	38,4	39,8	42,1
Jernvarer, fargevarer og glass	31,9	32,2	31,6	33,3	33,5
Elektriske husholdningsapparater	23,9	25,3	23,1	21,8	22,2

Årlig utgis det cirka 3500 nye titler på norsk i allmenntil markedet, det vil si skjønnlitterære bøker og generell litteratur samt pocketutgaver av disse sjangerne. I tillegg lagerfører bokhandelen utgivelser fra tidligere år, litteratur på andre språk og en del lokal litteratur. Norsk bokhandel formidler og selger en enorm bredde. I 2011 solgte bokhandelen over 40 000 forskjellige norske titler innenfor allmenntil markedet (her er ikke faglitteratur, en del lokale utgivelser og litteratur på andre språk medberegnet). De 100 mest solgte titlene utgjorde 13 prosent av de solgte bøkene, de resterende 87 prosent kom fra bredden av boktilbudet. Det selges bøker fra over 1600 forskjellige utgivere. Bokhandlene varierer i størrelse fra de minste med noen tusen titler til de største med over 100 000 titler. Tallene viser at det er hele bredden av titler, og ikke bestselgerne alene bokhandelen lever av. Mister bokhandelen salget av de mestselgende titlene vil flere mindre bokhandlere få problemer med driften, og lokale tilbud av breddelitteratur vil forsvinne.

Den fysiske bokhandelen har en vesentlig rolle som utstillingsvindu for litteraturen, og dens eksistens er helt vesentlig for et litterært kretsløp der mangfold og bredde er styrende mål.

I et friprismarked er det stor sannsynlighet for at mye av bestselgersalget flyttes over til dagligvare slik vi har sett i Sverige<sup>6</sup>. Det ropes nå varsko fra flere steder i verden om at den fysiske bokhandelen har en vesentlig rolle som utstillingsvindu for litteraturen, og at dens eksistens er helt vesentlig for et litterært kretsløp der mangfold og bredde er styrende mål.

Bokhandelen er en faghandel som tiltrekker seg ansatte med brennende interesse for litteratur, både heltidsansatte og studenter og andre som gjerne vil jobbe i bokhandelen i kortere perioder. Av butikksjefer er 75 prosent kvinner. Dermed utgjør bokhandelen landet over en bransje med sterk grad av kvinnelige ledere. De ansatte har solid faglig bakgrunn med universitets- eller høyskoleutdanning innen fag som historie, litteraturvitenskap, statsvitenskap, journalistikk, språk, kultur, pedagogikk, økonomi eller ledelse. Det gjelder også bokhandlernes innkjøpsansvarlige. Mange har Fagskolen for bokbransjen og/eller lang erfaring fra bokbransjen. Bokhandelen har om lag 3000 ansatte.

<sup>6</sup> Rapport om svensk bokmarked 2012, vedlagt.

Det er enklere enn noen gang å starte eget forlag og utgi bøker. Antall forlag og antall titler som gis ut har hatt en kraftig vekst de siste årene. Selv om bokhandelen kjøper inn og selger flere titler og bøker enn noensinne, er det ikke tilstrekkelig for å kunne kompensere for denne veksten. I begrunnelsen for den tyske bokloven heter det <sup>7</sup>: *”Because of the existence of a wide and dense net of retailers and a great amount of available books a specialized and well-organized net of wholesalers is needed. It is obvious that a retailer is not able to have all of the 920.000 titles available in store. So the variety of books and the aim of fixed prices – to promote the availability of the cultural product book nearly everywhere requires the existence of effective wholesalers. In Germany, the wholesalers are able to make available most books within 24 hours. By that a lively culture of reading is promoted, too, because one can get any book one wants even in the smallest bookstore on the countryside within a very short delivery period.”* For å håndtere utgivelsesbredden er det viktig med gode distribusjonsløsninger.

## 4.2. Fagskolen for bokbransjen

Bokbransjen har sin egen fagopplæring *Fagskolen for bokbransjen* som hvert år uteksaminerer ca 15 elever. Fagskolen er en stiftelse eid av Bokhandlerforeningen og har som formål om å styrke kompetansen i bransjen. Kostnadene for å gå på skolen dekkes i stor grad av den enkeltes arbeidsplass, i tillegg betaler noen det selv og får stipend fra Bokhandlerforeningen. Fagskolen samarbeider med høyskolen i Telemark og tilbyr 30 studiepoeng etter endt utdanning. Faget gir studentene en god innføring i bokbransjen med fokus på bransjekunnskap, litteraturkunnskap, markedsføring, jus, økonomi og ledelse. Studiet gjennomføres som et deltidsstudium parallelt med ordinær jobb og fordeler seg på 3 perioder på totalt 11 uker. Skolen får statsstøtte. I Frankrike foreslås det nå også statlig støtte til utdanning for ansatte i bokhandel<sup>8</sup>.

## 4.3. Kjededrift, vertikal integrasjon og profesjonalisering

Kjededrift er en effektiv måte å drive butikk på, og som for bokhandelens del kommer leseren til gode. Effektivisering av innkjøp, drift og logistikk har bidratt til vekst i de næringene som er kjedeorganisert sammenlignet med andre næringer. Kjededrift og medfølgende effektivisering har gitt mulighet til å opprettholde et stort nett av bokhandler. Samtlige kjeder har i tillegg til sine fysiske bokhandler, nettbokhandler. Det er også først og fremst kjedene som har vært pådrivere i den digitale utviklingen og som har økonomisk mulighet til å investere i en felles plattform for e-bøker.

Flere av dagens bokhandler ville ikke vært økonomisk lønnsomme om det ikke hadde vært for kjededriften, og boktilbudet ville vært dårligere. Begge utredningene viser til positive virkninger av kjedeorganiseringen for det brede bokpublikumet i Norge. Aktiv markedsføring og aktiviteter skaper oppmerksomhet rundt boken og lesing generelt og øker også omsetningen for de mindre uavhengige bokhandlerne.

<sup>7</sup> <http://www.tau.ac.il/~nirziv/FixedBookPricesinGermany1.pdf>

<sup>8</sup> Centre d'analyse stratégique (Senter for strategisk analyse), mars 2012, Nr. 271, Analyseskriver: Bærekraftig utvikling. Bokbransjens aktører i den digitale tidsalder

Antall butikkutsalg per kjede	
Notabene	140
Libris	110
Ark	106
Fri Bokhandel	104
Norli	54
Kjedefri (uavhengige)	40
Akademika	27
Campusbok AS	15
Tanum	14
Studia	6
<b>Totalt</b>	<b>616</b>

Markedsandeler basert på bokinnkjøp fra sentralene 2010	
Akademiske (Akademika, Campusbok og Studia)	10 %
Ark	19 %
Fribokhandel	7 %
Kjedefri	10 %
Libris	19 %
Norli	18 %
Notabene	9 %
Tanum	8 %
	100 %

Vertikal integrering i bokbransjen har medført mer effektiv logistikk mellom de ulike leddene i verdikjeden. Også vertikal integrasjon har positive effekter som kommer bokkjøperen til gode. De positive bidragene fra vertikal integrasjon skyldes såkalte vertikale eksternaliteter (virkninger av en handling fra et ledd i en vertikal kjede som et annet ledd ikke tar hensyn til). Typiske eksempler på dette er beslutninger om pris, markedsføring og informasjon. Vertikal integrasjon bidrar til å minske disse koordineringsproblemene slik at priser blir lavere og markedsføring blir bedre.

Rapporten "Til Bokas pris" viser at den norske bokbransjen ikke skiller seg fra resten av Europa når det kommer til grad av vertikal integrering. Problemet med vertikal integrasjon kan være utestenging av aktører. Dette kan ha konkurransemessige konsekvenser og være en utfordring for ansvaret norsk bokbransje har for å formidle bredden av norsk litteratur. Det første problemet ivaretas av fusjonskontrollen gjennom Konkurranseloven. Når det gjelder breddeansvaret ligger det som en premisse for dagens fastprisavtale. Gjennom skaffe – og leveringsplikten og litteraturabonnementene ivaretas breddeansvaret selv i de vertikalt integrerte enhetene. Som beskrevet i kapittelet over er breddedrift kostnadskrevede og tilbudet av bøker øker, men det selges likevel en enorm bredde gjennom norsk bokhandel. Gode avtaler og distribusjonsløsninger legger til rette for dette. Dette er elementer som bør reguleres i forbindelse med en lovfesting av prinsippet om fastpris.

For leseren er det forfatteren og ikke forlaget som er avgjørende for hvilken bok de ønsker. En vertikalt integrert bokhandel er nødt til å tilby bøker fra alle forfattere.

#### 4.4. Distrikt

Rapporten "Til bokas pris" beskriver hvordan bokhandlene utenfor de store byene er sterkt presset i mange land, noe som boklovene er ment å demme opp for i disse landene. Bekymringen er knyttet til det samlede presset fra nettbaserte bokhandlere, e-bokdistributører og andre mediers økende beslag på folks tidsbruk vil redusere lesning og kjøp fra fysiske utvalg. Samtidig ser man tendenser, spesielt i friprissystemene, til at supermarkeder overtar større deler av omsetning enn før, at tidligere solide bokhandlere går dårlig, og at bestselgerfokusert fører til at bokhandlere falbyr disse for å selge bøker til billigst mulige pris, i desperat konkurranse med pallsalg i supermarkedene.

Bokhandlerforeningen har merket seg at Regjeringen har som mål å opprettholde et spredt bosettingsmønster, sikre verdiskaping i hele landet og ta vare på viktige kulturelle og historiske verdier som er sentrale for egenarten i landet. Regjeringen legger også vekt på å føre en distrikts- og regionalpolitikk som bidrar til utvikling av arbeidsplasser der folk bor i bygder og tettsteder som er attraktive for bosetting<sup>9</sup>. I St.meld. nr. 25 (2008–2009) *Lokal vekstkraft og framtidstru – Om distrikts- og regionalpolitikken* presenterer regjeringen hovedinnholdet i distrikts- og regionalpolitikken. Regjeringen vil styrke lokal og regional vekstkraft i områder med lav økonomisk vekst, lang avstand til større markeder, ensidig næringsstruktur og stagnasjon eller nedgang i folketallet. Regjeringen vil fremme en balansert utvikling mellom by og land.

---

<sup>9</sup> Prop. 1 S (2011–2012) Kommunal og regionaldepartementet

Tilgjengeligheten til bokhandel er god. Hele 88 prosent av befolkningen bor i en kommune med minst en bokhandel<sup>10</sup>. Antall personer per bokhandel er i snitt 8.268. Betydelig lavere enn våre naboland. 124 kommuner har kun én bokhandel. Dette er først og fremst mindre kommuner med i gjennomsnitt 7000 innbyggere, men hvor totalt 18 prosent av befolkningen bor. De fleste kjedene er representert med bokhandler blant disse kommunene. Fri Bokhandel utgjør den største andelen med 50 bokhandler, etterfulgt av Libris med 36 bokhandler. Fri bokhandlere ligger i kommunene med lavest befolkning og er følgelig mest sårbar.

I rapporten "Styring og engasjement" fra Telemarksforskning<sup>11</sup> fremgår det blant annet at en del små kommuner har utfordringer med fraflytting og rekruttering av fagkompetanse.

Attraktive levende lokalsamfunn kjennetegnes ved et velfungerende offentlig tilbud og et variert og godt tilbud innen blant annet kultur. Bygges lokalt kultur- og næringsliv ned, som bokhandelen er en del av, får dette konsekvenser for lokalbefolkningen og lokalsamfunnet. Det forsterker effekten av å være mindre attraktiv å bli boende i eller flytte til, svekker ytterligere insitamentene for å rekruttere fagkompetanse og vil i neste rekke også påvirke kommunens skatteinngang. Bokhandelen er ikke det avgjørende i denne sammenhengen, men det er god grunn til å anta at med bortfall av bokhandel forsvinner også en viktig næring og kulturarena for befolkningen i kommunene.

Forfatterne bak rapporten "Til bokas pris" sier i en kronikk i aftenposten 13. mars i år at "undersøkelser og forskning fra flere europeiske land peker på at nettopp boklover med faste priser best ivaretar kulturinteressene i distriktene fordi dette beskytter lokale bokhandlere mot konkurranse fra sentraliserte aktører". Støtte for dette finnes blant annet i Frankrike, Storbritannia og Danmark.

Ordningen med litteraturabonnementene sørger for at ny norsk litteratur spres til samme tid over hele landet og gjøres tilgjengelig for leseren. I alt bor 75 prosent av befolkningen i en kommune med en eller flere bokhandler med litteraturabonnement og får dermed tilgang til all ny norsk litteratur for barn og voksne. Det betyr at 3 av 4 har lett tilgang til all ny norsk litteratur. 72 av bokhandlerne av de 124 som ligger alene i kommunen har litteraturabonnement. Hhv. 2 Bredde-, 26 Kultur- og 44 Distriktsabonnement. For eksempel har Kviteseid bokhandel med sine 2500 innbyggere Distriktsabonnement, og sørger for å formidle all ny norsk litteratur for barn og voksne. Dagligvarehandelen kommer ikke til å gjøre det samme.

I tillegg til litteraturabonnementene og det mangfold av litteratur som når lesere i distriktene, kommer lokal litteratur. Dette er lokalhistorie, om lokale fenomen og steder, lokal kultur og lokale forfattere (som også kan være nasjonalt kjente). Utover nytten og betydningen for lokalsamfunnet er dette også viktig for forfatteren og forlaget. Av totalt omsatte bøker utgjort lokal litteratur for Tynset bokhandel nærmere 9 prosent av totalt solgte bøker. Bokhandelen sørger for at lokal kultur blir formidlet og tilgjengeliggjort både til lokalbefolkningen og tilreisende. Et eksempel fra en lokal bokhandler som forteller om "*alle dei små diktarspirene*" som har laga bøker på eige forlag og som me sel for dei i

---

<sup>10</sup> Bokhandlerforeningens medlemsstatistikk og SSBs kommuneoversikt

<sup>11</sup> Styring og engasjement. Følgeevaluering av lokal samfunnsutvikling i Kommunane (LUK), statusrapport. TF-rapport nr 286 (2011)

*bokhandelen*”, viser en side ved lokal bokhandel som har betydning for lokalmiljøet.

I store deler av landet inngår bokhandelen som en viktig kulturarena for lokalbefolkningen. De tar på seg en rolle langt utover det å selge bøker. De arrangerer forfatterbesøk med både lokale og nasjonalt kjente forfattere, etablerer lesesirkler, reiser rundt til lag og foreninger for å presentere nye bøker og holder foredrag om dette, de lager kulturarrangement som er knyttet til litteratur, samarbeider med lokalt næringsliv, bibliotek og skoler.

Boklovene fremhever bokas unike kulturelle posisjon og er opptatt av at bokas status opprettholdes, at de fysiske bokutsalgene opprettholdes, og at brede sortimenter således blir lokalt tilgjengelig for så mange som mulig<sup>12</sup>. Slik er det i Norge i dag.

Friprissystemer kombinert med de åpenbare fordelene som nettbokhandlere har med hensyn til å forenkle kjøp og salg, er årsak til at fysiske bokhandlere forsvinner, *også i de større byene*<sup>13</sup>.

En kostnadseffektiv og god boklogistikk vil komme bransjen og den enkelte bokkjøper til gode. Dette oppnås ved å fastsette frakt- og leveringsbetingelser som skaper samordning av både varer og pengestrømmer. Videre vil dette bidra til oversikt og enkelhet for bokavtalens parter.

Standardbetingelser for frakt og levering vil sikre mest mulig like vilkår i landet og er således av stor distriktpolitisk betydning. Både i 1998 og i 2004 påpekte bransjen at kravet om økt konkurranse kunne få store konsekvenser for distriktsbokhandlerne.

Tiltak som for eksempel nytt distriktsabonnement rettet mot mindre bokhandler i distriktene og fri frakt kan i denne sammenheng virke utjevnende.

Gavemarkedet er ikke kommentert i rapportene. I Bokundersøkelsen oppgir 58 prosent at de kjøper bøker i gave og at barnebøker er den viktigste bokgaven. Når bokhandelen finnes i lokalsamfunnet gir det befolkningen en god mulighet for at bøker blir den foretrukne gaven, noe som er et viktig bidrag for å styrke lesing blant, særlig barn og ungdom.

## **5.0. Boklov er best egnet til å nå litteraturpolitiske mål**

Avtalen om en fast pris på nye bøker i en viss periode etter utgivelse, er en grunnpilar i rammebetingelsene som verner om lesningen. Dette prinsippet må bestå. De tre viktigste litteraturpolitiske virkemidlene i produksjon og omsetning av bøker i Norge har vært innkjøpsordningene, momsfritaket og fastprisordningen. Dette samspillet har vært ansett som vellykket for både kvalitet, bredde og tilgjengelighet i produksjon og omsetning av bøker. Fastprisen er viktig for den gode spredningen og tilgjengeligheten av litteratur vi har i Norge i dag. Fastprisordningen med dens skaffeplikt og litteraturabonnement sørger for stor distribusjon av ny norsk litteratur til mange lesere gjennom norske aktører. Bokhandelen kan gjennom disse ordningene

---

<sup>12</sup> Til bokas pris

<sup>13</sup> Til bokas pris

satse på flere titler enn de ville gjort i et uregulert marked. Dette gir forutsigbarhet for forlagene slik at de kan satse på flere titler. Normalkontraktene mellom forfatteren og forlagene sørger for gode og forutsigbare vilkår for forfatterne.

Bokhandlerforeningen mener tiden er inne for å ta langsiktige verdivalg. Det handler om å lage et varig og robust system som verner om litteraturen. Norsk er et lite språk. Tilbudet av engelsk litteratur øker stadig gjennom nettbokhandlere. I denne konkurransen trenger språket vårt politikernes drahjelp. Fjernes ordninger som stimulerer til skrivning av kvalitetslitteratur på norsk, setter vi språket vårt under press.

Flere EU-land har i de senere år innført boklover og kulturpolitisk regulering på nasjonalt nivå er akseptert i EU. Boklovene er begrunnet ut fra ønske om å støtte det nasjonale språket og bidra til mangfold og tilgjengelighet av litteratur.

Faste priser er et godt virkemiddel for å unngå gratispassasjerer og markedsdominans. Dette er like aktuelt for e-bøker som for papirbøker. Faste priser er det beste virkemiddelet for å sikre mangfold i utgivelser og opprettholde diversifisering av salgskanaler og sikrer et best mulig totaltilbud til leseren. "Til Bokas pris" peker på at det franske vedtaket om å gjøre bokloven gjeldende også for digitale bøker, ble akseptert av EU-kommisjonen, gjør at boklovene ser ut til å ha en fremtid i Europa selv om e-bok og nettbokhandel skulle overta større deler av markedene. Bokbransjen betraktes som en egenartet bransje med spesielle behov for markedsregulerende beskyttelse.

Bokhandlerforeningen mener det avgjørende er at vi lovfester de grunnleggende elementene i dagens bokavtale, med fastpris på bøker som sikrer lik distribusjon av ny norsk litteratur til samme tid over hele landet. Det er innholdet som skal produseres og tilgjengeliggjøres i stort mangfold, derfor bør en boklov gjelde alle formater, også digitale bøker.

### **5.1. Samfunnskontrakten**

Bokhandelens skaffeplikt sørger at alle bokhandlere er forpliktet til å skaffe alle typer bøker som kunden etterspør fra de forlag som er med i Forleggerforeningen. Bokhandlerforeningen støtter krav om spredning av breddelitteratur og hilser velkommen slike plikter i en boklov. Det må imidlertid være fremtidsrettede ordninger som er fleksible nok til å skape dynamikk og konkurranse samt fange opp lokale og distriktsmessige forskjeller men hvor formålet er spredning av ny norsk litteratur.

Gode rammevilkår skaper et mulighetsrom for aktiviteter som ikke nødvendigvis bare er kommersielt lønnsomme; Flere forfattere får flere muligheter, forlagene utgir bøker med andre mål en rent økonomiske, bokhandelen tilgjengeliggjør bredden og flere lesere finner sin bok. Som en del av dette ansvaret samarbeider bokbransjen i dag om en rekke felles aktiviteter – hvor målet er å fremme lesing og litteratur. Dette er spleiselag hvor aktørene bidrar med betydelig midler for at publikum skal få tilgang på gratis litteraturarrangement, møte forfatter og bli kjent med nye bøker. Det er viktig for bokhandelen at disse arrangementene har lav terskel og når ut til store deler av befolkningen uavhengig av kulturell eller sosial bakgrunn.

## 5.2. Hva bør en boklov regulere

Bokhandlerforeningen ønsker å lovfeste prinsippet om fastpris uavhengig av format.

Vi er kjent med at Forleggerforeningen mener en boklov bør nivåregulere forhandlingsparametre mellom forlag og bokhandel. Bokhandlerforeningen er sterkt i mot dette.

Vi er bekymret for at det vil svekke forlagenes evne til å konkurrere seg i mellom på betingelser og innsatsfaktorer som gir større grad av dynamikk også i salgsleddet.

Vi er av den oppfatning at en sunn konkurranse bygger på et marked som sørger for å ha gode dynamiske forhandlinger og kvalitative forpliktelser.

Bokhandlerforeningen er positiv til reguleringer som hindrer at vi får aktører med dominerende markedsrett og som ivaretar små- og mellomstore bokhandler og forlag. Når det gjelder det første er dette ivare tatt i Konkurranselovens Kapittel 4: Kontroll med foretakssammenslutninger og paragraf 16 var virksom da Norli og Libris fusjonerte i 2011 og måtte selge butikker i syv byer. Utnyttelse av dominerende stilling er forbudt etter Konkurranselovens paragraf 11 og bokstav c regulerer handelsvilkår spesielt. Det er forbudt å anvende overfor handelspartnere ulike vilkår for likeverdige ytelser og derved stille dem ugunstigere i konkurransen.

Når det gjelder små- og mellomstore forlag og bokhandler er fastprisen, abonnementsordningene, frifraktordningen, skaffe og leveringsplikten viktige ordninger som bidrar til opprettholdelse av mindre og uavhengige aktører. De siste elementene må videreføres i en boklov. Fusjonskontroll er godt ivare tatt i Konkurranseloven, men vi er positive til eierskapsbegrensninger for å hindre ytterligere markedskonsentrasjon i bokbransjen. I tillegg må det tilrettelegges for gode informasjons- og distribusjonsløsninger mellom alle parter.

## 6.0. Hvorfor er fastpris på fagbøker viktig

### 6.1. Om Campusbokhandelen

I Norge er campusbokhandelen er viktig del av studentvelferden og de 57 campusbokhandlene vi har i dag er studenteide og drives gjennom studentsamskipnadene. Campusbokhandelens hovedoppgave er å gi studentene enkel tilgang og god veiledning til faglitteraturen.

Campusbokhandelen vil også ha en rolle i overgangen til mer digitale læremidler. Campusbokhandelen skal levere alt av pensum uansett format, og de skal veilede studentene i og til både digitale og papirbaserte kilder. Bokhandelen samarbeider med lærestedene og utgiverer av digitalt innhold for å gi studentene en bedre studiehverdag hvor alt av litteratur tilgjengeliggjøres gjennom campusbokhandelene.

### 6.2. Aktiv fagbokproduksjon

Fastprisordningen er nødvendig for at antall fagbokutgivelser kan fortsette å være høyt. Slik tåler norske forlag og bokhandlere å ta en større risiko ved at forlag og bokhandlere satser på flere utgivelser.

#### **Fastprisperiodens lengde bør være to år**

Utviklingsperioden er lang, opp til tre år.

Fagbøker til høyere utdanning trenger lang tid i markedet til å dekke inn produksjonskostnadene til forlaget.

Prosessen med å få en bok på pensum tar lang tid.

Salgsperioden er lengre enn for annen litteratur.



Disse forholdene gjør at en aktiv fagbokproduksjon trenger en lang fastprisperiode. Jo mer tids- og kostnadskrevende det er å få en utgivelse er i produksjon og salg, jo viktigere blir forutsigbarheten fastprisen gir for at utgivelsesnivået skal opprettholdes.

### **6.3. Utvikling av norsk språk og terminologi**

Akademisk faglitteratur er bærebjelken i utvikling og vedlikehold av norsk fagterminologi, både for bokmål og nynorsk. Presset på det norske språket blir stadig sterkere ved at engelske termer gjør seg gjeldene på flere samfunnsområder. Fastpris på faglitteratur vil bidra til å sikre en bred produksjon av fagbøker på bokmål og nynorsk. Norge er et lite språkområde og norskspråklige fagbokmarkedet er av begrenset størrelse. Uten forutsigbarheten som ligger i fastprisen vil ikke bredden i norske fagbokutgivelser kunne opprettholdes. Spesielt vil dette gå utover lærebøker til mindre fag. Faren for domenetap, det vil si at norsk taper terreng til engelsk er større ved fripris på fagbøker. Fordi fripris på fagbøker vil kunne gi priskrig mellom engelskspråklig- og norskspråklig litteratur. En priskrig den norskspråklige litteraturen ganske sikkert vil tape ut fra det norskspråklige markedets størrelse. Dersom norske forlag tilpasser seg bokprisene i det engelskspråklige markedet blir rammebetingelsene til norske akademiske forlag umulige. En åpenbar konsekvens blir at produksjonen av fagbøker på norsk vil synke dramatisk. Store utenlandske forlag ser på Norge som attraktivt marked siden engelske bøker allerede er en del av pensumlistene. En enda større andel engelske titler på ressurs- og pensumlistene vil bli en realitet, noe som igjen vil medføre domenetap. I en friprissituasjon vil vi språkpolitiske mål som å styrke norsk i academia ikke kunne nås.

### **6.4. Bedre læringseffekt**

Innlæring skjer best på eget morsmål. Studenter tilegner seg kunnskap raskere, i større grad og ikke minst mer korrekt når det skjer på eget morsmål. Førsteamanuensis Marita Kristiansen ved Institutt for fagspråk og interkulturell kommunikasjon (NHH) sier at "et viktig prinsipp innen læringsteori er at vi tilegner oss nye begreper gjennom å koble de til eksisterende kunnskap. Koblingen skjer via de språklige uttrykkene som best beskriver dette innholdet. Intuitivt vil vi ønske å bruke morsmålet vårt, siden det er gjennom morsmålet vi reflekterer best. I neste runde vil vi så kunne koble forståelsen vi da får via morsmålet til et fremmedspråk, slik som engelsk. "Det forsterker behovet for god og bred tilgang på norskspråklig faglitteratur på lavere grad. Her legges basis og grunnlaget for studentenes kompetanse innen sine fag. Rapporten *Norsk i Hundre* (Språkrådet 2005) slår også fast at det er gode pedagogiske grunner til at den grunnleggende undervisningen bør være på norsk. Rapporten sier også at et godt norsk fagspråk er viktig for god yrkesutøvelse ved endte studier.

### **6.5. Fagkompetanse og veiledning gjennom campusbokhandel**

Campusbokhandelen er en viktig del av det akademiske miljøet på lærestedene, og bidrar til å heve kvaliteten på lærestedet. Campusbokhandelen er en arena for møter mellom akademisk ansatte, forfattere og studenter. Ved innføring av fripris på fagbøker vil utviklingen trolig gå som i Sverige. Der har campusbokhandlerne gradvis forsvunnet, og nå står to store nettbokhandler for

størstedelen av fagboksalg. Dette gjør at studentene reelt sett mister sin valgfrihet ettersom bredden av faglitteraturen usynliggjøres i netthandlene, samtidig som den faglige veiledningen de hadde i campusbokhandelen er forsvunnet. Hvis campusbokhandelen i Norge mister store deler av salget på de største titlene til netthandler som kan tilby bestselgertitlene til svært lave priser (dersom det innføres fripris), vil campusbokhandlenes evne til å tilby de smale titlene etter hvert også forsvinne, og butikkene bli lagt ned. Studentene har behov for faglig veiledning ved valg av pensumlitteratur utover alternativene som fremkommer av ressurs- og pensumlistene. Campusbokhandelen ivaretar dette og tilbyr dessuten bredden av faglitteratur tilpasset de enkelte studiestedene. Studenten bør ha tilgang på både gode Campusbokhandlere og nettbokhandlere. Netthandel av bøker i store volum kan gjøres rimeligere enn gjennom fysisk bokhandel, men dersom få aktører har opparbeidet seg svært store markedsandeler, vil disse aktørene kunne sette opp prisene ettersom de ikke lenger har reelle konkurrenter. Sammenligning av priser på fagbøker i nettbokhandler i Sverige versus Norge viser nettopp en slik tendens.

### **6.6. Likeverdig litteraturtilbud til små og store fag**

Markedsmekanismene vil gi lavere priser for større titler i større fag, men høyere priser for smale titler i smale fag. Et friprissystem vil føre til at det blir billigere bøker på store kurs, mens bøkene som gjerne legges opp som tilleggspensum eller som pensum på kurs med færre studenter blir dyrere. Bøkene vil bli dyrere ved mindre studiesteder der markedsgrunnlaget er lite. Enkelte fag vil også miste norske alternativer siden mekanismene i et fritt marked ikke vil gi produksjon av bøker til små fag

### **6.7. Erfaringer fra Sverige**

Sverige har hatt frie bokpriser siden 70- tallet og i disse dager utredes litteraturpolitikken i Sverige. Det er nedsatt et utvalg og det foregår en offentlig utredning som skal være ferdig høsten 2012. Utvalget har allerede levert en delrapport som konkluderer med at den fysiske bokhandelen fyller en viktig rolle som utstillingsvindu og formidler av litteratur.

### **6.8. Bortfall av campusbokhandler**

Frie bokpriser og den digitale utviklingen med vekst i nettbokhandler og andre nettilbydere av bøker har ført til en bokhandlerdød i Sverige. Ser man på den funksjonen en campusbokhandel fyller for formidling av kunnskap og læring er dette uheldig. Allerede i 2008 stengte Akademibokhandelen flere av sine campusutsalgssteder, blant annet i Växjö, Örebro og Karlstad. Årsakene til nedleggelsene var sviktende kundegrunnlag på som følge av konkurranse fra netthandlere. Daværende leder i studentkåren i Växjö, Aina Hantoft, uttalte den gang at det var et tilbakeslag for studentene.

### **6.9. Dyrere bøker**

Nettbokhandelen i Sverige med Adlibris i spissen er i dag ledende som tilbyder av faglitteratur til svenske studenter. Prissammenligninger av bøker til store fag viser at fagbøker er dyrere i Sverige enn i Norge. Etter en periode med prisdumping og markedsposisjonering er i dag prisene høyere enn de er i Norge for tilsvarende bøker. Svensk Bokhandel gjennomførte i 2011 en sammenligning av 10 populære engelskspråklige titler som er tilgjengelige både

i Sverige og i Norge, åtte av ti titler var billigst i Norge. Nettbokhandelen Adlibris dominerer det svenske fagbokmarked, og Nordensjef Thomas Furuskog sin kommentar til prisforskjellene var *"att man har olika priser beroende på nivå och konkurrensen i varje land."*

### **6.10. Leser engelsk dårligere enn svensk**

En rapport fra Högskoleverket i Sverige (Hur forstår svenska studentar ämneslitteratur på engelska) viser at svenske studenter leser engelsk mye langsommere enn sine britiske medstudenter og at det gjetter seg frem til betydningen av ord som er selvsagte for førstespråklesere. De studentene med svakest engelskkunnskaper mister den faglige forståelsen noe som igjen kan medføre at de velger å avslutte studiet.

## **7.0 Digitalisering**

I dag kjøper de fleste bokkjøperne bøkene sine i bokhandelen (91prosent)<sup>14</sup> mens rundt 24 prosent kjøpte bøker i norske nettbokhandel og 16 prosent handlet bøker i utenlandske nettbokhandlere. Det er et godt stykke igjen før e-bøker er et betydelig format for folk flest. 9 prosent av befolkningen leste minst en e-bok i 2011, mens 7 prosent av befolkningen kjøpte minst en e-bok. Kun 2 prosent av befolkningen kjøper bøkene sine utelukkende på nettet. Stadig flere handler både i fysisk bokhandel og på nettet og flere vil komme til å kjøpe e-bøker, Det ene utelukker ikke det andre, vi handler i alle kanaler. Dette er en utvikling vi også ser fra undersøkelser gjennomført i USA. Man kjøper i alle kanaler og flere ulike format etter behov. Ved kun å satse på e-bøker og netthandel, begrenser vi tilbudet og friheten for kunden til selv å velge hvilken kanal eller format han eller hun ønsker. Med et godt utvalg av nettbokhandler og fysisk bokhandler vil leseren både ha mulighet til å få personlig hjelp av personer med fagkompetanse i bokhandelen, og følge anbefalingene og søkemulighetene på nettet.

Det digitale markedet er et komplekst og dynamisk samspill mellom nye forretningsmodeller, nye produkter, rettighetsspørsmål, teknologi og brukervaner. Det innebærer kostbare og tidkrevende omstillinger for den tradisjonelle bokhandelen for å imøtekomme de behov forbrukeren har med hensyn til valgfrihet til kanal og format. Samtidig gir ny teknologi både bokhandler og andre, en unik mulighet til å videreutvikle markedet for kultur og litteratur. Med det enorme utvalget som finnes er veiledning og informasjon viktigere enn noen gang.

Flertallet av bokhandlerne våre formidler og selger bøker (i alle formater) både i tradisjonell bokhandel og i egne nettbokhandler. Den enkelte kjede/bokhandler står likevel nå midt i en spagatøvelse hvor de går fra en organisasjon og økonomisk struktur basert på salg av fysiske produkter til en ny forretningsmodell hvor de i langt større grad vil bli leverandører av tjenester som skal dekke brukernes behov for kunnskap, læring, opplysning, utvikling og underholdning i flere former, formidlet i flere medier.

"Til Bokas pris" viser til at samarbeid er en måte å realisere gode e-bokløsninger på i små markeder og at ulike samarbeid, allianser og partnerskap

---

<sup>14</sup> Synovate leseundersøkelse 2012. Gjort på oppdrag fra Bokhandlerforeningen og Forleggerforeningen.

preger det europeiske e-bokmarkedet pr. i dag. Rapporten peker på at et aktuelt spørsmål for offentlige myndigheter er hvordan de kan, og hvor vidt de skal, legge til rette for gode samarbeidsløsninger. Den franske regjering har stilt seg dette spørsmålet og en ny rapport<sup>15</sup> konkluderer med "at de utfordringene den digitale revolusjonen medfører for bokhandelen, krever en ambisiøs støttepolitikk fra de offentlige myndighetene, i betraktning av bokhandelens uunnværlige formidlingsrolle." Devalueringen om det svenske bokmarkedet til den svenske regjeringen anbefaler også en form for støtte til fysisk bokhandel.<sup>16</sup>

## 7.1 Bokhandelen – et utstillingsvindu for forlagene

Rønning og Slaatta viser til at i et friprisystem kan nettbokhandelens mulighet til å gi svært lave priser bidra til at de fysiske bokhandlene forsvinner. Konsekvensen blir at forlagene kan miste sin viktigste salgs- og distribusjonskanal for bredden av sine utgivelser. Dette vil virke negativt på bransjen som helhet. Erfaringer fra USA og Frankrike viser at nettbokhandlene er bra for dem som vet hva de leter etter, men ikke tilstrekkelig for å fremme til ny og mindre kjent litteratur. Bortfall av fysiske bokhandler som følge av tapte markedsandeler er en utvikling som bekymrer forlagene i USA; med stadig færre fysiske bokhandler får de færre steder å vise frem bøkene sine og nærheten til bøker forsvinner for leseren. Til tross for Amazons gode digitale løsninger med et enormt utvalg og gode søkemuligheter, er erfaringene at det likevel er en utfordring å synliggjøre mangfoldet like godt på nettet som i en fysisk bokhandel, og at mange kunder besøker bokhandelen for å orientere seg – før de kjøper bøkene billigere på nettet.

En undersøkelse gjennomført av Codex-Group<sup>17</sup> i oktober i 2011 og februar i år, tydeliggjør betydningen av den fysiske bokhandelens rolle som utstillingsvindu for nyere og ukjent litteratur. I følge oktoberundersøkelsen sa 24 prosent av de som hadde kjøpt en bok på nettet forrige måned at de hadde vært innom en fysisk bokhandel først<sup>18</sup>. Februarundersøkelsen viser at impuls salget er større i bokhandelen enn i Kindlestore og at dermed påvirkningsmuligheten til ny litteratur er bedre i fysisk bokhandel: 61 prosent av dem som sist besøkte en fysisk bokhandel, hadde ikke på forhånd bestemt seg for hvilken bok han eller hun var på jakt etter. Mens blant Kindleiere var det 62 prosent på forhånd hadde bestemt seg for valg av bok før det handlet på nettet<sup>19</sup>.

I samtlige friprisland har vi sett en økning i netthandel på bekostning av fysisk bokhandel. Bokhandlerforeningen mener en fastprisordning i større grad vil gi salgskanalene like konkurransevilkår og unngå utfordringer i forhold til gratispassasjerer som beskrevet i "OE- rapporten" og som også utypes av økonomiprofessor Karine Nyborg<sup>20</sup>. Nyborg beskriver følgende:

---

<sup>15</sup> Centre d'analyse stratégique (Senter for strategisk analyse), mars 2012, Nr. 271, Analyseskriver: Bærekraftig utvikling. Bokbransjens aktører i den digitale tidsalder. Se vedlegg.

<sup>16</sup> Rapport om svensk bokmarked 2012, vedlagt.

<sup>17</sup> <http://codexgroup.net/>

<sup>18</sup> <http://mediadecoder.blogs.nytimes.com/2011/12/04/book-shopping-in-stores-then-buying-online/>

<sup>19</sup> Tall fra Peter Hildick-Smith hos Codexgroup. Legges frem på Bookexpo i juni 2012.

<sup>20</sup> Karine Nyborg: <http://www.aftenposten.no/meninger/Fri-bokpris-kan-bli-hoy-bokpris-6740827.html>

”Bøker er et informasjonsgode, hvilket betyr at det er vanskelig for kunden å kjenne produktets kvalitet på kjøpstidspunktet (altså før boka er lest). Informasjon og veiledning av potensielle kunder blir da helt sentralt for at markedet skal virke godt. Spørsmålet blir imidlertid hvem som skal ta kostnadene ved å sørge for slik informasjon. Informasjon om en bok kan spres både av forlag og av bokhandlere, men i et fritt marked er det ikke opplagt at den som gir informasjonen er den samme som får gevinsten – for eksempel kan kunden gå i en fysisk bokhandel for å bla i boka, og deretter kjøpe den billigere hos en nettbokhandel. Dette er det som i rapporten kalles ”eksternaliteter i den vertikale kjeden”, noe som gir et ”gratispassasjerproblem”: insentivene til selv å informere om kvaliteten på enkeltutgivelser blir for svake, mens insentivene til å utnytte andres informasjonsinnsats og selge bøker som allerede er blitt velkjente er betydelige. Poenget her er ikke at dette er urettferdig, men at det er ineffektivt, i den forstand at det gir en for lav total informasjonsinnsats for samfunnet – eller bransjen – som helhet”.

Karine Nyborg viser til at rapporten til Oslo Economic påpeker en viktig markedssvikt i bokmarkedet, og kan dermed påvise en mulig grunn til å gripe inn ut fra effektivitetshensyn – hvor blant annet fastpris kan være et mulig botemiddel og vertikal integrasjon en fordel.

Bokhandlerforeningen mener en boklov med faste priser er det beste virkemiddelet for å sikre mangfold i salgskanaler. Netthandel og fysisk bokhandel har begge fortrinn som er viktig å ivareta, den ene kanalen utelukker ikke den andre, men utfyller hverandre. Vi trenger både gode nettbokhandlere og gode fysiske bokhandlere for å gi et best mulig tilbud til leserne.

## 7.2. Opprettholde mangfold av salgskanaler

”Til bokas pris” skriver at det i tråd med litteratur- og kulturpolitiske målsettinger om mangfold vil være hensiktsmessig at det finnes gode salgs- og distribusjonskanaler og at det også er nasjonale eller europeiske aktører å forholde seg til.

Bokhandlerforeningen støtter dette og mener at et betydelig mangfold av salgskanaler sikres best gjennom en boklov med faste priser. Det er i dag en stor bekymring blant forlagene i USA og England knyttet til Amazons aggressive prispolitikk og økende dominans som truer med å ødelegge forlagenes økonomi. Som er et svar fra de seks største forlagene i USA på Amazon strategi om å selge e-bøker under innkjøpsprisen; en strategi som raskt presset bort den fysiske bokhandelen og andre konkurrenter uten tilsvarende økonomiske muskler som Amazon, innførte disse forlagene i samarbeid med Apple agentmodellen, som i praksis vil si faste priser på e-bøker. Avtalen er i dag under etterforskning i både USA og Europa og Justisdepartementet i USA har tatt ut søksmål mot forlagene og Apple, men Agentmodellen tydeliggjør likevel behovet for at en form for regulering kan hindre monopol og maktmisbruk.

Amazon står nå bak hver fjerde bok som omsettes i England. De omsatte varer for over 30 milliarder kroner i England i fjor, men betalte ingen inntektsskatt på overskuddet av denne omsetningen.<sup>21</sup>

<sup>21</sup> <http://www.guardian.co.uk/technology/2012/apr/04/amazon-british-operation-corporation-tax?newsfeed=true>

Norge er et lite marked og har ikke mulighet til å gi fra oss en stor del av omsetningen til store globale aktører som Amazon, Apple og Google, hvis vi samtidig skal klare å utvikle, ivareta og formidle et mangfold av god kvalitetslitteratur på norsk. Når Amazon, Adobe, Apple, Google og Microsoft konkurrerer, så gjør de det i et verdensmarked. I dag har over 200 millioner personer fra hele verden lagt igjen kredittkortopplysninger hos Amazon. For Amazon er ikke litteraturpolitikk det vesentligste, men salg av varer. Rene kommersielle hensyn vil bestemme hvordan de opptrer. Bokhandlerforeningen mener de som er opptatt av innholdet i boka også bør styre utviklingen.

### 7.3. Norsk e-bok løsning

Norge er et lite land, og vi har tradisjon for å samarbeide om grunnleggende teknologi. Det sikrer at løsningene er åpne for alle brukere, og løsningene blir billigere å utvikle. Derfor gikk 15 norske forlag og nettbokhandlere i 2009 sammen om å lage en felles **åpen** løsning, det vil si at du kan lese e-bøker på hvilke plattformer (PC, lesebrett, mobiltelefoner etc.) du selv ønsker, i motsetning til Amazons Kindle som er et lukket system.

Felles standarder i bunn med mulighet for ulike forretningsmessige modeller på toppen, sikrer både en felles teknologi og konkurranse. Løsningen kan sammenlignes med opprinnelige Bankenes Betaling Sentral. En norsk oppfinnelse, eid av bankene sammen, men sikret at alle bankkunder kan bruke alle terminaler og alle minibanker.

Første fase av prosjektet var klart i 2010. Samme år lanserte Apple iPad. For å kunne lese e-bøker på ios plattform, fikk bransjen på plass en egen nettleser, denne fikk arbeidsnavnet Bokskya og var klar i 2011. Dette var ikke, som mange trodde, og som bransjen ikke tydelig nok kommuniserte, en ny nettbokhandel, men kun en software på en server som gjorde det mulig å lese bøker på iPad og iPhone; når man kjøper en bok på en norsk nettbokhandel, så legges boken automatisk ut på en server på internett, også kalt skyen, etter at man har betalt. Den merkes med kundens navn, og kunden kan til evig tid lese denne der via en nettleser eller laste den ned til PC, Mac, mobiltelefon eller lesebrett. Alle bøker man kjøper, uavhengig av hvilke norske nettbokhandler man handler hos, legges i samme folder på denne serveren.

I løpet av 2011 og 2012 er det gjort betydelig arbeid for å gjøre tjenestene mer brukevennlige og utvalget av titler bedre. Forlagene har fått på plass avtaler som sikrer forfatterens rettigheter. Nå kommer nye bøker i stadig større grad parallelt som både papirbok og e-bok og gjør det mulig for bokhandlerne å tilby leserne et bedre tilbud. Bokhandlerne har fått, eller vil i løpet av året få på plass sine ulike forretningsmodeller og konkurrere om å levere det beste tilbudet på formidling og nedlasting av e-bøker og lydfiler. Både Digitalbok.no og NorliLibris har lansert egne lesebrett, Tanum har solgt ulike lesebrett i mange år og mange tilbyr gratis Wi-Fi i butikkene sine.

Investeringer knyttet til digitalisering og nye forretningsmodeller er kostbare og tidkrevende og det vil ta tid før investeringene lønner seg. Bransjen har lansert første utgave, og jobber fortløpende med flere oppgraderinger og forbedringer i takt med den teknologiske utviklingen.

## 7.4 Merverdiavgiftsfritaket

Til tross for det ikke var en del av Oslo Economic mandat påpeker de at 0-satsen i merverdiavgiftssystemet bare gjelder papirbøker og ikke e-bøker, som isolert sett gir en konkurranseulempe for digitaliserte produkter.

Bokhandlerforeningen er enig i dette og mener at fritaket for mva bør være uavhengig av format.

## 8.0. Erfaringer fra Sverige<sup>22</sup>

Bokhandelskjedenes tap har ført til en ustabil situasjon hvor en vesentlig endring i bokhandelen er nødvendig og bokklubbene krymper raskt og er redusert i antall. Netthandel vokser, men ikke like raskt som tidligere, og nettbokhandelen Adlibris blir stadig større. Forlagenes engasjement i handelsleddet har økt og forlagsbransjen er blitt mer heterogen. Linjen mellom bøker og andre medieprodukter blir oppløst og polariseringen mellom store og små forlag vokser. Antallet nyutgivelser går tilbake i alle kategorier.

I rapporten beskrives en ubalanse i det svenske bokmarkedet som kommer til å medføre store forandringer i årene som kommer. Bokhandelen er allerede i en utsatt situasjon. Dagligvare og stormarkeder er ikke lenger like interessert i å selge bøker, og har begrenset sitt sortiment. Bransjen begynner å bli bevisst den betydningen bokhandelen har for formidlingen av litteratur, men utviklingen har kommet langt. Rapporten peker også på at alle former for bransjesamarbeid er problematisk i et friprismarked og forlagene klarer ikke koordinere sine aktiviteter slik at de ulike kanalene ikke utkonkurrerer hverandre. Som tidligere nevnt utredes også den svenske litteraturpolitikken og de første konklusjonene som forelå i form av en delrapport i november 2011 bekrefter at fysisk bokhandel er viktig for lesingen.

## 9.0. Avslutning

Tiden er inne for langsiktige verdivalg. Litteraturen står sterkt i Norge, det er ingen selvfølge. Flere tiår med klok litteraturpolitikk har gitt gode vilkår for lesing og litteratur. Fastprissystemet bidrar til at forlag og bokhandlere kan satse på kulturell verdi, og ikke bare tar kommersielle hensyn. Dette gir rom for flere nye forfattere. Alt til det beste for leseren.

Vennlig hilsen  
Bokhandlerforeningen



Trine Stensen, direktør  
Oslo, 16. april 2012

---

<sup>22</sup> Oppsummering av en rapport Bokhandlerforeningen har fått utarbeidet om utviklingen av det svenske bokmarkedet. Rapporten ligger vedlagt.

# Vedlegg 1:

Oversatt av Bokhandlerforeningen.

## Centre d'analyse stratégique (Senter for strategisk analyse)

Mars 2012

Nr. 271

### ANALYSESKRIV

#### Bærekraftig utvikling

#### Bokbransjens aktører i den digitale tidsalder

##### Bokhandlene

Bøker selges på en rekke forskjellige utsalgssteder. Bokhandlervirksomhet i bred forstand har imidlertid helt siden opplysningstiden vært betraktet som en allmennyttig virksomhet. Nettverket av såkalt uavhengige eller "lokale" bokhandlere spiller en rolle i å fremme lesing og å bidra til levende lokalsamfunn som franskmenn med god grunn setter stor pris på.

Bokhandelen har i lengre tid stått overfor utfordringer: Den møter de samme problemene som rammer nærbutikker generelt og som for eksempel er forbundet med geografisk dekning, og de sliter med en nedgang i forbruket av kulturprodukter generelt og bøker spesielt, og den medfølgede reduksjonen i antallet lesere.

Framveksten av digitale løsninger representerer på middels lang sikt en ny utfordring for bokhandlerne, både med hensyn til deres rolle som formidlere og deres økonomiske likevekt. Disse problemstillingene har rammevirkninger for hele bokbransjen og kan medføre konsekvenser både for dem som skaper litteraturen og dem som distribuerer den, og til syvende og sist også for leseren.

Men kan ikke denne teknologiske omveltningen – under forutsetning av at den mestres – by på utviklingsmuligheter for bransjen, som jo illustrerer det som nettopp særpreger vår kulturelle modell? Hvordan kan bokhandlerne utvide sitt handlingsrom og virkefelt gjennom bruk av internett?

I denne analysen tar Centre d'analyse strategique, med hjelp fra Centre national du livre – CNL (det nasjonale boksenteret), opp spørsmål som ofte stilles og er gjenstand for kontinuerlig debatt i lys av hastigheten den digitale utviklingen skjer i, og den foreløpige mangelen på tilpassede løsninger som er egnet til å utvikle bokhandelen som en spreder av og promotør for bøker.



## **FORSLAG**

**1 Nedsette en komité med representanter for de lokale myndighetene, som skal utarbeide en komplett oversikt over situasjonen med hensyn til fritak for lokal selskapskatt for bokhandlere som omfattes av merkeordningen.**

**2 Støtte og videreutvikle politikken for fremme av en flerkanalstrategi (dvs. både butikk og nett) blant tradisjonelle bokhandlere for å unngå at kunder flykter til internettgigantene i mangel av andre netthandelsalternativer. Styrke politikken for utdanning innen bokhandlerfaget med støtte fra CNL.**

**3 Støtte utviklingen av felles løsninger for bokhandlere som ønsker å markedsføre verk i litteraturarven som er digitalisert av BNF, og særlig verk som ikke lenger er tilgjengelige, til gunstige vilkår.**

**4 Få de regionale kulturdirektoratene (Directions régionales d'action culturelle) og de regionale boksentrene (Centres régionaux du livre) til å delta i et regionalt finansieringsprogram for sentre for trykk på forespørsel og utdanning innen nye yrker forbundet med denne teknologien.**

### **Hva står på spill?**

Den digitale revolusjonen er en utfordring for bokhandlerne. Internett har brakt med seg nye kommunikasjonsmåter – både nye uttrykksformer av kollektiv eller sosial art, og nye former for strukturering, f.eks. sosiale nettverk. Postordresalg har fått en ny vår med internett og framveksten av de såkalte "nettgigantene". Når det gjelder boken som produkt, har den teknologiske omveltningen med datafiler som kan sendes elektronisk og bli til digitaliserte og elektroniske bøker som er uten fysisk format og kan overføres uten fysiske grenser, påvirket hele produksjons- og distribusjonskjeden.

Den digitale omveltningen har snudd opp ned på markedsløikken: Vi har på sett og vis gått fra et tilbudsbasert til et etterspørselbasert marked, der lagerbeholdningen i teorien er uendelig og distribusjonen i prinsippet ikke en gang er avhengig av en formidlingskanal.

Ut fra dette kan man stille seg fire spørsmål:

- Hvordan kan bokhandleren dra nytte av internett ved å organisere sine (eksisterende og potensielle) kunder i egne "samfunn"?
- Hvordan kan e-boken integreres i nettverket av bokhandlere?
- Hvordan kan man i en slik kontekst sikre fortsatt promotering av og veiledning knyttet til den trykte boken?
- Hvordan kan den økonomiske modellen sikre dette nettverket, som også utgjør en viktig del av samfunnsveven.

### **Bokhandlere og bokutsalg: Et tilbuds- eller etterspørselsbasert marked?**

#### **Bokhandlene, med sitt ekstreme mangfold, gjør boken tilgjengelig for alle slags publikumstyper.**

Ifølge den franske bokhandlerforeningen (Syndicat de la librairie française – SLF) finnes det 25 000 bokutsalg i Frankrike, hvorav 15 000 som har salg av bøker som en fast del av virksomheten.

Kulturdepartementet anslår at det finnes rundt et dusin forskjellige distribusjonskanaler for bøker.

#### **Kulturdepartementets typeinndeling av bokutsalg**

- Såkalte tradisjonelle bokhandler
- bok-, papir- og tobakkshandler
- storbutikker som spesialiserer seg på kulturprodukter
- presseutsalg
- lavprisutsalg
- varemagasiner
- ikke-spesialiserte storbutikker: hypermarkeder, supermarkeder, stormarkeder
- kiosker, jernbanestasjoner, metrostasjoner, flyplasser, "drugstores", samvirkelag, innkjøpsforeninger, butikker som spesialiserer seg på andre produkter enn bøker (f.eks. hagesentre som også selger hagebøker)
- meglerforetak og salgsrepresentanter
- postordreforetak
- bokklubber som selger bøker via postordre og/eller et nettverk av butikker
- grossister og forlag som selger bøker uten mellomledd

Når man ser denne tabellen, kan man få inntrykk av at det selges bøker overalt. Men det finnes bare mellom 2000 og 2500

utsalgssteder som har salg av bøker som sin viktigste eller som en sentral del av virksomheten. Dessuten – og dette er viktig å huske på – utgjør 1000 utsalgssteder det distributørene kaller "første nivå", som står for mellom 60 % og 75 % av omsetningen innen generell forlagsvirksomhet, dvs. ikke medregnet skolebøker, faglitteratur og håndbøker. En del av disse 1000 bokhandlene tilhører nasjonale kjeder, f.eks. Fnac, men brorparten av dem er såkalte referansebokhandler (librairies de référence)<sup>23</sup>.

Spisskompetansen, kvaliteten og mangfoldet ivaretas med andre ord hovedsakelig av disse 1000 bokhandlene som er i stand til å tilby sine kunder rådgivning på høyt nivå. Blant disse finner man 600 uavhengige bokhandler som har det til felles at de befinner seg i en svært sårbar økonomisk situasjon.

Balansegangen mellom profesjonalitet og lønnsomhet står sentralt i denne analysen.

### **Bøker i bokhandelen: presentasjon, promotering og synliggjøring**

#### **Et marked i stadig vekst...**

Boksektoren har vokst kraftig de siste tjue årene, med en økning i salget på over 50 %. I samme periode har antallet nye titler som utgis hvert år, økt fra ca. 30 000 til ca. 60 000. Det økte salget gjelder altså et større antall titler, hvis gjennomsnittlige opplagstall har falt. Bokbransjen har kompensert for nedgangen i det gjennomsnittlige salget av sine produkter ved å øke antallet utgivelser – en omstilling som bokhandlerne indirekte har måttet bidra til å finansiere.

#### **Boksalget<sup>24</sup>**

I 1980-årene og fram til rundt 1995 ble det årlig solgt 300 millioner bøker i Frankrike, alle sjangre medregnet. De siste femten årene har salgstallene økt: 353 millioner i 2000, 460 i 2005, 465 i 2009, dvs. en økning på 55 %, med en topp på 486 millioner eksemplarer i 2007. Markedet ser nå ut til å stabilisere seg på dette nivået.

#### **... men stadig færre lesere**

---

<sup>23</sup> En referansebokhandel er ifølge bransjens egen definisjon en bokhandel hvis hovedvirksomhet er salg av litterære verk, romaner, essays, og humanvitenskapelig litteratur, som stiller ut bøker i butikkvinduer og på bord i tillegg til i hyller, som tilbyr sine kunder rådgivning, og som fører bøker med lang hylletid som er avhengig av promotering fra bokhandleren.

<sup>24</sup> Kilde: Nøkkeltall fra Kulturdepartementet

Selv om antallet solgte bøker har økt kraftig, er gruppen av personer som kjøper og leser svært mange bøker, i konstant fall. Det blir mindre av den langvarige, meditative lesingen, som har svakere appell blant yngre generasjoner som har vokst opp med digitale medier. Allmennbokhandlene rammes av denne utviklingen, og deres rolle i å fremme lesing blir både vanskeligere og viktigere på en og samme tid.

Hvis vi sammenligner tallene fra 1989 og 1997, ser vi at atferden knyttet til bøker var stabil i denne perioden: 62 % eller 63 % av alle franskmenn over 15 hadde kjøpt bøker i løpet av året, og 75 % eller 74 % hadde lest minst én bok. I 2008 var det bare 57 % kjøpere og 70 % lesere.

De som leser mest, er i aldersgruppene 15–19 år (elever på videregående skole) og 45–64 år. Det er flest av dem i Paris, der tallet er mer enn dobbelt så høyt som det nasjonale gjennomsnittet.

Det er ikke kunstnerisk prosa som leses mest – sakprosa er nummer én, med mellom to og tre ganger flere lesere enn klassisk litteratur og essays.

### **Bokhandlenes rådgivende rolle**

Bokhandlene fungerer som et utstillingsvindu for forlagene, en kulturell arena for lokalsamfunnet og en kulturtjeneste for leserne.

Det er på grunn av denne tredoble rollen at bokhandlene støttes av offentlige myndigheter, først og fremst gjennom CNL. Systemet for støtte til bokhandlere tar hensyn til både utvalget som tilbys og måten forlagenes kataloger blir presentert på. CNL bidrar også til å styrke bokhandlenes investeringsmuligheter gjennom å tilby rentefrie lån til bokhandlere som ønsker å etablere et nytt utsalgssted eller videreutvikle eller flytte et eksisterende. Bokhandlernes rolle som forvaltere av kulturarven fortjener imidlertid å bringes enda mer fram i lyset. Dette kan f.eks. gjøres ved å knytte dem til de årlige kulturarvdagene (Journées du patrimoine).

### **Bokhandelen, en økonomisk sårbar virksomhet**

Salg av bøker anses ikke å være en spesielt innbringende virksomhet. Derfor vil investeringer, og særlig slike som tvinger seg fram på grunn av framveksten av e-bøker, være et delikat spørsmål. Med en fortjenestemargin på mellom 0,6 % og 2 % har ikke bokhandlerne kapasitet til å investere i digitale løsninger<sup>25</sup>. Hvis man antar at salg av e-bøker skjer på bekostning av trykte bøker, slik man har observert i USA der elektroniske bøker har tatt 20 % av markedet, vil bokhandlerne i tillegg måtte hanskles med fallende omsetning og svekket lønnsomhet.

---

<sup>25</sup> Kilde: Syndicat de la librairie française

Man bør derfor finne fram til måter å bistå bokhandlene på i forbindelse med investeringer, etter først å ha fastsatt i hvilken form og for hvilke formål dette skal skje, og samtidig gi dem midler som setter dem i stand til å styrke sin særegne rolle.

### **Den offentlige rammen**

Prisen på en bok, enten det dreier seg om en papirutgave eller en elektronisk utgave, fastsettes av forlaget. Da den franske nasjonalforsamlingen i 2011 vedtok å utvide prinsippene i loven av 1981 om fastpris på bøker utvidet til også å gjelde e-bøker (noe vi kommer tilbake til under), var dette framfor alt et konserverende tiltak ettersom det gjaldt homotetiske e-bøker. Et annet initiativ i samme forbindelse var å innføre redusert merverdiavgift også for e-bøker.

Uansett mottar bokbransjen sett under ett mye støtte i Frankrike: "Bokpolitikken koster i dag om lag 1,3 milliarder euro årlig, hvorav redusert merverdiavgift utgjør 500 millioner euro<sup>26</sup>."

I sin tale på den første nasjonale bokhandlerkongressen (Assises nationales de la librairie) i Lyon i 2011 understreket kulturministeren viktigheten av dette bidraget: "I 2010 kan den direkte støtten fra staten til franske bokhandlere estimeres til 3,5 millioner euro. Kulturdepartementet har selv kanalisert 1 million euro gjennom de regionale kulturdirektoratene (DRAC), mens CNL har tildelt 2,5 millioner til dette formålet. [...] Jeg minner også om at den viktigste støtten som gis til bokbransjen generelt og bokhandlerne spesielt, ikke er den direkte støtten men skatteutgiftene forbundet med redusert merverdiavgift på trykte bøker, som representerer ca. 500 millioner euro i tapte skatteinntekter."

Detaljstenes samlede omsetning kan estimeres til 4,4 milliarder euro<sup>27</sup>: Med en mva-sats på 5,5 % utgjør nettoomsetningen 4,17 milliarder og merverdiavgiften 230 millioner. Med en merverdiavgift på 19,6 % ville beløpet ligget et sted mellom 721 millioner (ved konstant omsetning inkl. mva) og 817 millioner (ved konstant omsetning eks. mva), avhengig av priselastisiteten. Kostnaden for staten med en merverdiavgift på 5,5 % beløper seg dermed til mellom 491 og 587 millioner, dvs. rundt 500 millioner, som er det tallet ble brukt av kulturministeren og parlamentets bokpolitiske rapport.

### **E-boken og merverdiavgiften**

---

<sup>26</sup> *La politique du livre face au défi du numérique*, rapport fra senator Yann Gaillard, 2010.

<sup>27</sup> Kilde: undersøkelse utført av SNE/GFK februar 2010

De franske styresmaktene anså at loven av 1981 om fastpris på bøker har hatt positive effekter for bokbransjen og vedtok derfor i 2011 en tilsvarende lov som fastsetter at utsalgsprisen for homotetiske e-bøker skal settes av forlagene. Denne loven er blitt møtt med innsigelser i EU. I forordet til rapportøren, Hervé Gaymard, presiseres det at det var viktig "at merverdiavgiftsatsen for homotetiske e-bøker er den samme som for trykte bøker, det vil si redusert sats. Vi kjempet og vant denne kampen under debatten om finansloven for 2011, som trer i kraft 1. januar 2012. I tillegg til det skattemessige handler dette om å sikre anerkjennelse for at en bok i form av en elektronisk fil er et åndsverk, ikke en tjeneste. Det er også en absolutt forutsetning for å kunne skape et attraktivt lovlig tilbud, noe som er nødvendig for å unngå at piratkopiering blir vanlig praksis."

Når samme mva-sats anvendes på den trykte utgaven som på den elektroniske utgaven av en bok, tvinger følgende observasjon seg fram: Forbrukeren forventer generelt å betale en lavere pris for den elektroniske utgaven enn for den trykte. En høyere mva-sats for e-bøker som for trykte bøker ville redusere eller til og med helt utviske denne prisforskjellen mellom de to utgavene, på tvers av kjøpernes forventninger.

Det må imidlertid anføres at det først og fremst er forlagene som tjener på denne likestillingen. En mer markert forskjell mellom papir og e-bøker som følge av ulike mva-satser ville på kort sikt kunne gjøre den trykte boken mer konkurransedyktig, og dermed virke positivt for bokhandelen.

Imidlertid ville et slikt tiltak bidra til å gjøre Frankrike enda mer akterutseilt i et digitalt marked som per definisjon er globalt. Det er med andre ord et økonomisk veivalg på middels og lang sikt som her er gjort.

For ordens skyld bør det også nevnes at mva-satsen på bøker, uavhengig av format, vil bli satt opp fra 5,5 % til 7 % i april 2012.

I det store og det hele berøres e-boken praktisk talt ikke av økningen av den reduserte mva-satsen, for hvis vi ser på når de forskjellige mva-satsene ble innført (5,5 % 1. januar 2012 og deretter 7 % 1. april 2012), ser vi at satsen for e-bokens del ble satt ned fra 19,6 % til 7 % med bare en kort tremånedersperiode med 5,5 % midt i mellom.

Bokhandlerne har utnyttet mva-økningen som en mulighet til å rette oppmerksomheten mot bokbransjens sårbare økonomiske stilling. Nasjonalforsamlingen valgte da også å utsette innføringen av den nye satsen for bokbransjen med tre måneder, til 1. april. Den symbolske dimensjonen ved dette spørsmålet har bidratt til å forverre den allerede kraftige bekymringen som råder i

bokhandlerbransjen. Som Françoise Benhamou skriver i sin blogg<sup>28</sup>, er mva-satsen på 7 % "en mangefasettert debatt".

### **Skattefordelene forbundet med LIR-merket**

For å øke synligheten til bokhandlere som i særlig grad bidrar til å fremme boken, er en merkeordning, LIR (Librairie indépendante de référence – uavhengig referansebokhandel), blitt opprettet for å "anerkjenne, framheve og støtte uavhengige bokhandlere i deres valg og deres arbeid med kvalitet<sup>29</sup>".

Som et resultat av Antoine Gallimards rapport i 2007 tildeler kultur- og kommunikasjonsministeren LIR-merket til uavhengige referansebokhandler på visse vilkår, som er knyttet til kapitalstruktur og aktivitetsnivå. Finansloven åpner for at lokale myndigheter kan gi bokhandlere med LIR-merket fritak for den lokale selskapskatten, som ble erstattet av den såkalte "contribution économique territoriale" (CET) fra 1. januar 2010. Men dette fritaket blir ikke alltid praktisert, og det er langt fra alle de 600 LIR-merkede bokhandlene som nyter godt av ordningen.

Med henblikk på å oppnå økt anvendelse av dette fritaket ville det være ønskelig å foreta en første evaluering av ordningen for å identifisere eventuelle hindringer som ligger i veien.

### **FORSLAG 1**

**Nedsette en komité med representanter for de lokale myndighetene, som skal utarbeide en komplett oversikt over situasjonen med hensyn til fritak for CET for bokhandlere som omfattes av merkeordningen.**

Ettersom enhver skattefritakslogikk nødvendigvis innebærer visse vanskeligheter, blir også andre tiltak – knyttet til husleie- og drivstoffkostnader – vurdert. Endelig må det konstateres at disse støtteordningene er et svar på en latent krise som hadde gjort seg gjeldende allerede før e-boken gjorde sitt inntog.

### **Hvilken økonomisk modell for framtidens bokhandel?**

Den rene bokhandelen som utelukkende selger bøker, vil etter all sannsynlighet ikke kunne fortsette som før. Vi kan imidlertid heller ikke se at de to mest utbredte modellene – oppløsning av bokhandelens særegenhet ved at den innlemmes i et butikkmiljø

---

<sup>28</sup> "TVA à 7 %. Un débat à multiples facettes", innlegg på bloggen til Françoise Benhamou datert 29. november 2011, Livre Hebdo : <http://www.livreshebdo.fr/weblog/francoisebenhamou/24.aspx>.

<sup>29</sup> Se definisjonen av LIR-merket, søknadsvilkårene og fordelene som er forbundet med merket, på CNLs nettsted.

med en mengde forskjellige produktgrupper, eller en rendyrking med bokhandler som retter seg mot spesialiserte segmenter – er tilfredsstillende. Ideen om at man kan oppnå økt lønnsomhet ved også å selge andre produkter med høyere fortjenestemargin er for øvrig gammel og møter liten entusiasme hos bokhandlerne, som foretrekker å bygge på fagets særegenhet.

Og kanskje er det nettopp i den særegne tjenesten som bokhandleren kan yte til en fast kundekrets, at man kan finne en innovativ økonomisk modell. Det betales for denne tjenesten allerede i dag gjennom offentlige støtteordninger, og i loven om fastpris på bøker har man også søkt å innregne denne tjenesten gjennom rabatten som forlagene tilstår bokhandlerne. Men disse mekanismene kan med fordel styrkes ytterligere.

Begrepet "nettsamfunn", i betydningen "sosialt nettverk på internett", er dobbeltsidig: et samfunn av lesere som kjøper bøker, og et samfunn av bokhandlere som forener krefter for å øke sin kommersielle synlighet. Slike initiativ må komme fra bokhandlerne selv. Det er bare ved å forene sine krefter at de på en og samme tid kan oppnå storskalafordeler, investeringskapasitet og lønnsomhetsvekst og dermed bli i stand til å gi seg i kast med den digitale utfordringen. Støtte fra offentlige myndigheter er en forutsetning i så henseende, og CNL har allerede etablert nye ordninger i denne forbindelse.

## **Internett i bokhandelens tjeneste**

### **Internet – alliert og "snikskytter"**

Internett kan utgjøre både en mulighet og en fare for bokhandelen. Både nettbutikker og sosiale nettverk kan ved enten å forsterke eller oppheve den rådgivende rollen bringe flere kunder til bokhandelen eller bidra til å holde dem borte. Dette er uhyre viktig. Forholdet mellom bokhandleren og kunden representerer selve kjernen i bokhandlerfaget.

Dette forholdet må nå gjennom en tilpasning, noe som forutsetter nye kompetanser, enten det dreier seg om å ta imot kundene, å gi dem råd eller å selge.

### **Salg av bøker på internett**

Det anslås at Amazon har rundt 60 % av markedet for salg av bøker på internett i Frankrike, mens Fnac.com har 30 % og de resterende aktørene 10 %. Ifølge forleggerforeningen (Syndicat national de l'édition) skal nettbokhandlerne i 2009 ha stått for 7 % av det samlede salget, tilsvarende 308 millioner euro, hvorav Amazon.fr sto for ca. 185 millioner – dvs. ti ganger høyere enn den gjennomsnittlige omsetningen til en større fransk bokhandel. Denne



avstanden blir desto mer vesentlig ettersom Amazon.com støtter seg på denne virksomheten for å utvikle en vertikal integrasjon som står i konkurranse med de andre aktørene i bokbransjen, og da først og fremst forlagene, og dermed påvirker ikke bare økosystemet knyttet til distribusjon men også økosystemet rundt opphavspersonene.

Distribusjonen av varer og tjenester er på vei inn i en ny æra<sup>30</sup>. Hypermarkedene mister markedsandeler, og kjøpesentrene i utkanten av byene er nødt til å fornye seg. Samtidig opplever sentrumsbutikkene, etter en lang periode preget av nedgang, nå fornyet interesse, noe som kan forklares med nærhetsfaktoren og det at bysentrene oppfattes som triveligere og livligere. Det er likevel langt fra slik at pendelen har svingt tilbake mot "gamlemåten" igjen. Landskapet av distribusjonsnettverk gjennomgår en dyptgripende utvikling for å tilpasse seg kjøpernes nye atferdsmønstre. For bokhandelens del viser studier at det handler om å møte en dobbel forventning: på den ene siden forventningen til den leseglade bokkjøperen, og på den annen side forventningen til borgeren som ønsker seg liv og aktivitet i bykjernen.

I et slikt perspektiv er utfordringen internett byr på for bokhandelen, mangesidig. Hvis vi ser på det aspektet som simpelthen går ut på å levere en bok til en kjøper, har internett revolusjonert det tradisjonelle postordresalget. På den ene side vinner de store internettaktørene innpass på bokmarkedet, eller nærmere bestemt den aktiviteten som handler om å gjøre bøker tilgjengelig for kunden, takket være en særdeles effektiv leveringslogistikk. På den annen side har det – for øvrig takket være store nettaktører – oppstått et direkte marked mellom privatpersoner, der det legges til rette for salg av nesten nye bøker utenfor bokhandelen. Det er verdt å merke seg at også bokhandlere kan utnytte disse systemene som de store nettaktørene har etablert, for å skape en plass innen netthandel for seg selv.

Å prøve å motarbeide netthandel ville være fånyttet. I stedet bør man benytte seg av de mulighetene som nye teknologier gir. Den franske bokhandlerforeningen (Syndicat français de la librairie) tilbyr allerede, i samarbeid med CNL, medlemmene sine en løsning som omfatter et nettsted der butikken kan presentere seg, kommunisere med kunder eller besøkende, ta imot bestillinger og ekspedere bøker. Fysiske bokhandler har altså muligheten til å benytte en flerkanalstrategi for distribusjon, dvs. både i butikk og på nett. Det meste tyder på at denne strategien etter hvert vil tvinge seg fram for alle fysiske bokhandler.

Det er imidlertid ett problem med dette: På internett er det så lett å sammenligne priser i forskjellige butikker at utsalgsprisene, og

---

<sup>30</sup> Se særlig rapporten fra senator Joël Bourdin "Commerce électronique, l'irrésistible expansion", januar 2012.

dermed også fortjenestemarginene, presses nedover. En bok som selges i butikk til prisen forlaget har satt, finnes ofte til salgs på nett med den rabatten på 5 % som loven tillater. Dette er en måte å omgå butikkene på. Når det gjelder spørsmålet om gratis frakt, har dette allerede vært gjenstand for debatt og rettsavgjørelser, og det er derfor ikke hensiktsmessig å ta dette opp igjen. Endelig, og som nevnt over, skaper videresalg mellom privatpersoner forstyrrelser i markedet for nye bøker. Disse nye aspektene ved bokøkonomien må foregripes av den klassiske bokhandelen.

CNL kan sammen med bokhandlerforeningen bidra med sin kompetanse og fungere som et bindeledd og en hjelp i forbindelse med utvikling av bokhandlervirksomhet på nett.

## **FORSLAG 2**

**Støtte og videreutvikle politikken for fremme av en flerkanalstrategi (dvs. både butikk og nett) blant tradisjonelle bokhandlere for å unngå at kunder flykter til internettgigantene i mangel av andre netthandelsalternativer. Styrke politikken for utdanning innen bokhandlerfaget med støtte fra CNL.**

### **E-bokens inntreden i bokhandelen**

#### **Legge til rette for at bokhandlere kan utnytte mulighetene forbundet med digital trykking**

Det siste året har det skjedd en merkbar tilnærming mellom franske forleggere og bokhandlere med sikte på å etablere et felles forsvar for den klassiske distribusjonen av papirbøker. Det handler for det meste om å komme til enighet om en justering av distribusjonsvilkårene i lys av dagens vanskelige situasjon.

Men er det digitale tilbudet fra forleggerne utformet med tanke på å utgjøre en inntektskilde også for bokhandlerne? Utvalget av e-bøker er fremdeles for lite til at det mulig å gi et svar på dette.

Perspektivanalysene som er gjennomført av forlagene og bokhandlerne på dette området, synes også å være mangelfulle. Forleggerne burde i samråd med bokhandlerne utarbeide en enhetlig og omforent tilnærming til markedet for bøker – enten de er i papirutgave eller i elektronisk format. Offentlige myndigheter burde kunne spille en oppmuntrende rolle i så henseende, i kraft av sin nøytrale posisjon. Men ansvaret for dette arbeidet ligger først og fremst hos forleggernes ad hoc-organer, hvor det allerede finnes komiteer og tjenester med kompetanse på e-bokområdet.

Bokhandelen har en rekke fortrinn, for den samler alt som har med boken å gjøre, på ett sted.

Den fungerer som et utstillingssted for boken, men er inndelt i segmenter. De segmentene som berøres aller mest av digitaliseringen, som håndbøker, skolebøker, sakprosa og faglitteratur, er lite avhengige av bokhandlernes rådgivende funksjon. Skjønnlitteraturen, enten den er digitalisert eller ikke, avhenger derimot i mye større grad av denne tjenesten.

Dessuten kan bokhandelen være et presentasjonssted: Nye måter å kjøpe på – abonnementer, pakker, serier – medfører også et behov for veiledning.

Endelig kan bokhandelen ta imot bestillinger knyttet til trykk på forespørsel. Det at en gigantisk katalog av verk som ikke er beskyttet av opphavsrett gjøres tilgjengelig, vil på mellomlang sikt ikke eliminere ønsket om å ha en trykt utgave mellom hendene. Kombinert salg av papir- og e-bøker utgjør også en ressurs når det gjelder bøker som er beskyttet av opphavsrett.

Bokhandlerne kan også spille en nøkkelrolle i å utnytte såkalt "utilgjengelige" bøker kommersielt. Som følge av loven av 1. mars 2012 vil om lag 500 000 verk fra det 20. århundre som er utgått fra forlag men fremdeles beskyttet av opphavsrett, bli digitalisert av det franske nasjonalbiblioteket. Dette innovative tiltaket er et godt eksempel på framskritt som den digitale teknologien fører med seg. Uten å gå i detalj når det gjelder de juridiske, økonomiske og praktiske sidene ved anvendelsen av loven vil vi framheve at dette er en ny mulighet for boken og lesingen og en potensiell inntektskilde for bokhandlerne. Det er mulig å tenke seg en ordning der bokhandlere som ønsker å forene sine krefter for å kommersialisere disse verkene, gis støtte i form av lån.

Man kunne innlede en dialog med instituttet for finansiering av film- og kulturindustriene (Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles) om støtte til initiativer til fordel for referansebokhandlene.

### **FORSLAG 3**

**Støtte utviklingen av felles løsninger for bokhandlere som ønsker å markedsføre verk i litteraturarven som er digitalisert av BNF, og særlig verker som ikke lenger er tilgjengelige, til gunstige vilkår.**

#### **Trykk på forespørsel: relevant for bokhandelen?**

Referansebokhandelen oppfattes som en kulturarvformidler ettersom den gir tilgang til forlagenes kataloger. Den har den særegenhet at den kan tilby et stort utvalg verk fra forlag hvis kataloger omfatter verkene til de fremste forfatterne innen skjønnlitteratur og humaniora. Titler kan selges over en svært lang periode men i en for sakte rytme til at det er regningsvarende å

lagerføre dem permanent. Derav spørsmålet om hvilken rolle bokhandelen kan spille innen trykk på forespørsel. Edruelighet er på sin plass, og det er delte meninger med hensyn til hvilket kommersielt potensial som kan ligge i dette for bokhandlernes del. Bokhandelens fortrinn er jo nettopp det fysiske og umiddelbare ved tjenesten den leverer. For å være realistisk vil en slik ordning forutsette en bred allianse med bibliotekene og et omfattende nettverk av trykksentre, for det synes ikke bare å være umulig men også lite ønskelig å gjøre bokhandlene om til trykkerier. Men dette er bare et spørsmål om logistikk hvis vi legger til grunn at bokhandleren kan skaffe bøker trykket på forespørsel gjennom det samme logistikksystemet som for trykte bøker som lagerføres av distributørene. Boken ville ikke bli trykket på stedet, i bokhandelen, foran øynene på kunden, men hos forlaget eller distributøren, på bestilling.

### **Trykk på forespørsel: større kataloger for bokhandelen**

Det er viktig å forstå hva trykk på forespørsel faktisk er. Teknologien gjør det mulig å utgi i papirutgave bøker som eksisterer som en elektronisk eller digitalisert fil. Det er ikke en "automat" der boken kommer ut ved å trykke på en knapp. Man er nødt til å vurdere om det er hensiktsmessig å systematisk etablere bestillingsterminaler i bokhandlene, gitt at netthandel eksisterer som et lettvint alternativ. Det ville være ønskelig å utvikle konkurransefortrinn som gjør bokhandlerens nettsted uunnværlig for kundene, og utforske modeller for samarbeid med lokale biblioteker, museer og forretninger på grunnlag av en velfundert nasjonal analyse. Bokhandelen kan altså skape seg en plass innen trykk på forespørsel som er tilpasset dens virksomhet, som er å lette tilgangen til bøker og fremme lesing, ikke å fungere som trykkeri.

### **FORSLAG 4**

**Få de regionale kulturdirektoratene (Directions régionales d'action culturelle) og de regionale boksentrene (Centres régionaux du livre) til å delta i et regionalt finansieringsprogram for sentre for trykk på forespørsel og utdanning innen nye yrker forbundet med denne teknologien.**

### **KONKLUSJON**

Det viktigste vi kan lese ut av dette bildet, som preges av usikkerhet som følge av en strukturell mangel på synlighet, er at utfordringene den digitale revolusjonen medfører for bokhandelen, krever en ambisiøs støttepolitikk fra de offentlige myndighetene, i betraktning av bokhandelens uunnværlige formidlingsrolle. Investeringene som må til for å oppnå full geografisk dekning, samarbeid og innovasjon

innen bokhandlerbransjen, krever at vi ser på bokhandlerfaget med nye øyne og i større grad verdsetter det allmennyttige aspektet ved bokhandlernes virksomhet.

Følgen av dette er at det etablerte skillet mellom kommersiell og ikke-kommersiell formidling viskes litt ut til fordel for en felles forståelse blant bokhandlere og bibliotekarer av den veritable nye rikdommen som katalogkunnskap og rådgivningskapasitet – nøkkelord som viser den klassiske rådgivende rollen – globalt sett representerer i det digitale universet. Frankrikes erfaringer på dette området vil gjøre det mulig å respondere på den dominansen noen få giganter har skaffet seg innen disse nye nisjene for "dematerialiserte" produkter, også utover landets grenser. For å sikre aktiv deltakelse fra bokhandlerne i å løse den sentrale utfordringen knyttet til mestring av informasjon og innhold, kreves det en bred dialog, i første omgang mellom bokhandlerne selv og dernest mellom bokhandlerne og de øvrige aktørene i bokbransjen, og offentlige myndigheter har definitivt også sitt å bidra med her<sup>31</sup>.

**François Vielliard, avdeling for bærekraftig utvikling**

**Julien Winock, kontoret for overvåking og perspektivanalyse**

---

<sup>31</sup> CAS og CNL retter en takk til alle som har medvirket til denne analysen og som er listet i vedlegget til analyseskriv nr. 270.

**Andre publikasjoner er tilgjengelige på [www.strategie.gouv.fr](http://www.strategie.gouv.fr), under rubrikken "publications"**

**Analyseskriv:**

**Nr. 272 Les acteurs de la chaîne du livre à l'ère du numérique : les bibliothèques publiques (Bokbransjens aktører i den digitale tidsalder: de offentlige bibliotekene) (mars 2012)**

**Nr. 270 Les acteurs de la chaîne du livre à l'ère du numérique : les auteurs et les éditeurs (Bokbransjens aktører i den digitale tidsalder: forfatterne og forlagene) (mars 2012)**

**Nr. 253 La presse à l'ère numérique : comment ajouter de la valeur à l'information ? (Pressen i den digitale tidsalder: Hvordan tilføre informasjonen merverdi?) (november 2011)**

**Siste nytt fra Centre d'analyse stratégique finner du på:**

**internett: [www.strategie.gouv.fr](http://www.strategie.gouv.fr)**

**facebook: [centredanalysestrategique](https://www.facebook.com/centredanalysestrategique)**

**twitter: [Strategie\\_Gouv](https://twitter.com/Strategie_Gouv)**

Analyseskriv nr. 271 av mars 2012 er en publikasjon utgitt av Centre d'analyse stratégique

Ansvarlig utgiver:

Vincent Chriqui, direktør

Redaksjonsdirektør:

Pierre-François Mourier, visedirektør

Redaksjonssekretær:

Delphine Gorges

Korrektur:

Valérie Senné

Trykk:

Centre d'analyse stratégique

Levering av plikteksemplar: mars 2012

ISSN-nr.: 1760-5733

Pressekontakt:

Jean-Michel Roullé, kommunikasjonsansvarlig

01 42 75 61 37 / 06 46 55 38 38 [jean-michel.roulle@strategie.gouv.fr](mailto:jean-michel.roulle@strategie.gouv.fr)

Centre d'analyse stratégique er en institusjon som bidrar med ekspertise og bistand i forbindelse med beslutningsprosesser. Senteret er underlagt statsministeren. Det har til oppgave å forsyne regjeringen med informasjon som hjelper den å definere og gjennomføre strategiske retningsvalg på områdene økonomi, sosialpolitikk, miljøvern og teknologi. Senteret analyserer virkningen av større reformer på forespørsel fra statsministeren. Det gjennomfører dessuten studier og analyser på eget initiativ innenfor rammen av et årlig arbeidsprogram. Senteret støtter seg på en styringskomité som består av elleve medlemmer, hvorav to er representanter fra nasjonalforsamlingen, to senatorer og ett medlem av Conseil économique, social et environnemental (rådet for økonomi, sosialpolitikk og miljø). Det samarbeider gjennom nettverk med de viktigste rådgivende organene underlagt statsministeren: Conseil d'analyse économique (rådet for økonomisk analyse), Conseil d'analyse de la société (rådet for samfunnsanalyse), Conseil d'orientation pour l'emploi (sysselsettingsrådet), Conseil d'orientation des retraites (pensjonsrådet), le Haut Conseil à l'intégration (integrasjonsrådet).

Centre d'analyse stratégique - 18, rue de Martignac - 75700 Paris SP  
07 - Tlf. 01 42 75 60 00 - [strategie@strategie.gouv.fr](mailto:strategie@strategie.gouv.fr)

## **VEDLEGG 2**

### **Rapport om svensk bokmarked 2012**

#### **|A.KORT HISTORISK ÖVERSIKT 1970-2010**

##### **1970**

De fasta bokpriserna förbjuds den 1 april 1970. Bokhandlareföreningen och Förläggareföreningen hade året innan träffat ett samarbetsavtal med syfte att dämpa de förväntade negativa effekterna av fripriserna. 298 bokhandlar ansluter sig till avtalet som bl a ger bokhandlare rabatterat abonnemang med förlängd kredittid på nyheter och 4 % "funktionsrabatt" utöver volymrabatterna.

##### **1978**

De första frivilliga bokhandelskedjorna bildas, Info (Sydvästgruppen) och Boksam.

##### **1981**

Den kollaps för bokhandeln som man hade varnat för när de fasta bokpriserna försvann 1971 har inte inträffat, trots bokklubbarnas snabba expansion.

Relationerna mellan bokhandel och förlag har dock försämrats och det krävs en neutral "medlare" utsedd av staten för att få fram ett reviderat "fackbokhandelsavtal". Det nya avtalet innehåller en generalklausul om att förlagen skall beakta bokhandelns centrala ställning som återförsäljare av böcker och inte missgynna bokhandeln i förhållande till andra kanaler.

254 bokhandlare ansluter sig till det nya fackbokhandelsavtalet. 83 servicebokhandlare träffar ett avtal med bokbranschens grossist - Seelig & Co - om ett begränsat abonnemangssystem med statligt stöd.

##### **1992**

Fackbokhandelsavtalet mellan förlag och bokhandlare upphör, sedan 12 förlag 1991 trätt ur avtalet.

Antalet fackbokhandlare har sjunkit till 239.

Det finns fortfarande 83 servicebokhandlare med mera begränsat sortiment.

Från och med nu bestämmer varje förlag sina villkor för bokhandelskunderna och begreppet fackbokhandlare försvinner.

##### **2012**

Varje förlag avgör vilka återförsäljare man betrakta som bokhandlare.

De större förlagen definierar ca 400 återförsäljare som bokhandlare. Svenska Bokhandlareföreningen har ca 340 medlemmar.



Cirka fem butiker har lagts ned eller gått i konkurs de senaste två åren.

Ungefär 240 bokhandlare ingår i någon av kedjorna.

## **B. FÖRSÄLJNINGsutvecklingen 2000-2010**

Den totala bokförsäljningen till slutkunder var 2010 ca 6.500 miljoner SKR exkl moms.

Den fördelas på följande sätt på olika litteraturkategorier:

Allmänlitteratur	4.200 mkr
Läromedel för skolan	800 mkr
Kurslitteratur för högskolan	900 mkr
Yrkesinriktad litteratur	600 mkr
TOTAL	6.500 mkr

Den fördelar sig på följande sätt mellan olika försäljningskanaler:

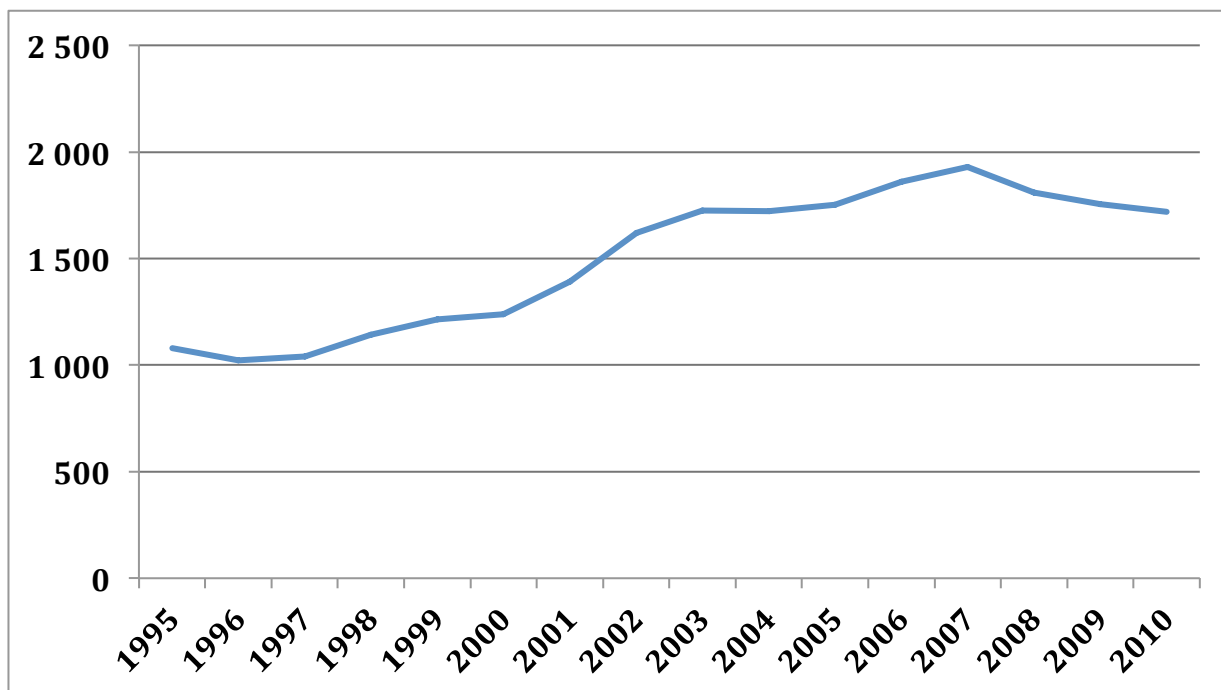
Bokhandel	1.900 mkr
Nätbokhandel	1.500 mkr
Stormarknader, dagligvaruhandel	500 mkr
Bokklubbar	600 mkr
Övriga kanaler och direktförsäljning	2.000 mkr
TOTAL	6.500 mkr

Det sker ingen regelbunden mätning av den totala bokförsäljningen i Sverige och ovanstående tabeller bygger på uppskattningar.

Utvecklingen under tiden 2000-2010 har varit dramatisk.

2000-talet började i optimismens tecken. När mervärdeskatten sänktes från 25 % till 6 % 2002 kom den positiva effekten ovanpå en redan stigande försäljning. Då fanns en stark framtidstro, utgivningen växte och bokhandelskedjorna tog över fristående bokhandlare i snabb takt. Efter en unik tillväxtperiod nådde bokförsäljningen en topp 2007 för att därefter vända kraftigt nedåt.

**Förlagens försäljning till återförsäljare 1995-2010 (miljoner SKR exklusive moms)**

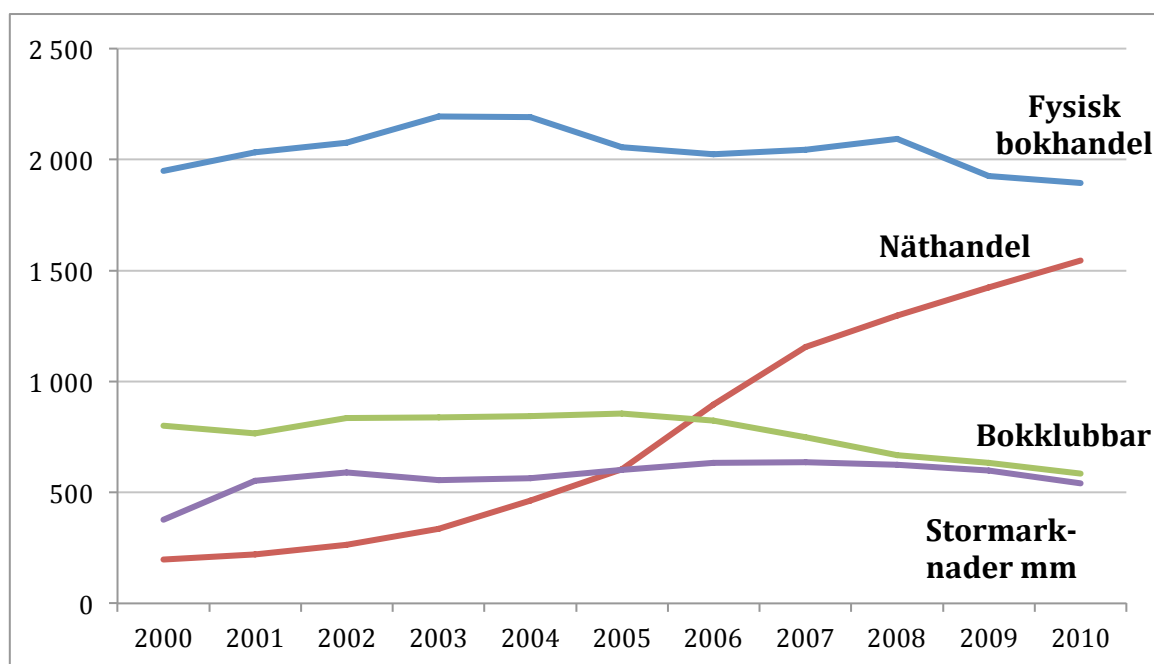


*Källa: Svenska Förläggareföreningens Branschstatistik*

De senaste årens tillbakagång är den djupaste sedan Förläggareföreningen började sammanställa branschstatistiken 1973. Nedgången bromsades dock upp 2011 tack vare en stabiliserad försäljning i den fysiska bokhandeln

Mellan 2000 och 2010 förändrades strukturen inom bokförsäljningen mer än under någon tidigare period.

**Bokförsäljningen i de viktigaste försäljningskanalerna 2000-2010 milj SKR**



*Källor: Data för ovanstående diagram är hämtade från olika källor och bearbetade.*

*Bokhandelns försäljning av böcker har schablonmässigt beräknats till 65 % av den totala omsättningen.*

Den största förändringen är näthandelns snabba tillväxt, från en marginell försäljningskanal vid millenieskiftet till att omsätta ca 1.500 milj SKR, motsvarande mer än 20 % av den totala bokmarknaden. När den fysiska bokhandelns omsättning rensas från "övriga produkter" är skillnaden mellan bokhandel och näthandel på branschnivå inte så stor.

Det är inte bara den fysiska bokhandeln som fått se sin försäljning minska. Bokklubbsmarknaden har krympt snabbt. Försäljningen i stormarknader, varuhus och dagligvaruhandel, som ökade snabbt åren efter millenieskiftet, har stagnerat och minskat de senaste åren.

När de olika försäljningskanalerna samlas på detta sätt i ett och samma diagram är det lätt att få bilden av att förändringarna beror på förflyttningar från en kanal till en annan - att de kunder som slutat köpa böcker i bokhandel eller bokklubb i stället handlar på nätet. Det är en faktor bakom kanalförskjutningarna, men det är bara en av flera faktorer. Helhetsbilden är mer komplex.

Mycket av den försäljning som idag sker genom nätbokhandeln låg tidigare i andra försäljningskanaler än i den fysiska bokhandeln:

1. Bibliotekstjänst, ett tidigare samhällsägt men numera privat företag som för inte så länge sedan stod för en stor del av

försäljningen till biblioteken, har tappat mycket av sin marknad till Adlibris och Bokus.

2. Importen av böcker har växt och här har den svenska nätbokhandeln blivit en stark konkurrent till Amazon. Jag har inte siffror på Amazons bokförsäljning i Sverige, men jag bedömer att den har stagnerat.

3. Många förlag har lagt ner sin egen direktförsäljning och länkar i stället till nätbokhandeln för att slippa arbete och kostnader.

4. Nätbokhandeln har dessutom blivit en försäljningskanal för utgivare som tidigare inte hade någon effektiv distribution.

Bokhandelns försäljning var fram till 2008 relativt stabil, trots näthandelns tillväxt. Men de senaste åren, från 2008, har försäljningen i bokhandeln rasat. Jag kommenterar utvecklingen i den fysiska bokhandeln mer ingående i ett följande avsnitt.

Den dramatiska förändringen av bokdistributionen har inte bara drabbat bokhandeln.

Nedgången för de svenska bokklubbarna följer ett internationellt mönster. Den har lett till att antalet bokklubbar minskat. Det har främst gått ut över de mindre klubbarna medan den största klubben – Bonniers Bokklubb – klarat sig bättre, likaså Barnens Bokklubb som idag är ensam på sin marknad. Bokklubbar med inriktning på översatt underhållningslitteratur har gått tillbaka kraftigt. Antalet aktörer på bokklubbsmarknaden har minskat och de kvarvarande aktörerna, främst Bonniers och Norstedts, tycks inte ge bokklubbarna särskilt hög prioritet i sina affärsstrategier.

Stagnationen för bokförsäljningen i stormarknader, dagligvaruhandel och varuhus kan vara förvånande, mot bakgrund av det är i dessa kanaler som bestsellerförsäljningen koncentrerats. Men den mycket synliga försäljningen av deckare och romaner har inte vägt upp den nedgång som minskade boksortiment och försäljningsytor medfört.

För tio år sedan fanns en oro hos förläggare över att Akademibokhandelns snabba expansion skulle leda till en ohälsosam maktkoncentration. Idag är förläggare oroade över Akademibokhandelns framtid, mot bakgrund av de jätteförluster kedjan haft de senaste åren.

Näthandeln välkomnades när den etablerades av både stora och små förlag. Adlibris, Bokus och de övriga näthandlarna köpte med låga rabatter och de köpte mycket backlist från förlagen. De fungerade ofta som en "tilläggsmarknad" som man kunde addera ovanpå de

traditionella kanalerna och de gav hopp om ett nytt liv för den sjunkande backlistförsäljningen.

Idag är bilden mer komplex. Förlagen måste numera lämna höga rabatter till näthandeln. Adlibris håller på att få en position på den svenska bokmarknaden som påminner om Amazon i USA – dock med den viktiga skillnaden att Adlibris inte uppträder på samma aggressiva sätt mot förlagen som Amazon.

De svenska förlagen har till följd av förändringarna i handelsledet ställts inför en strategisk utmaning. Näthandelns tillväxt är självfallet positiv, men förlagen har anledning att fundera över hur de skall se till att de övriga kanalerna, framför allt bokhandeln, utvecklas i stället för att krympa.

Den lite sorglösa uppfattningen som bl a den svenska kulturministern råkade framföra, att det inte är så farligt om några bokhandlare försvinner eftersom alla böcker finns på nätet, har svagt empiriskt stöd. Den försäljning som försvinner när en bokhandel läggs ned fångas i ganska liten omfattning upp av andra återförsäljare, varken av andra bokhandlare eller av näthandeln.

En undersökning som jag tillsammans med en kollega – forskaren Bengt Brodin – gjorde av relationen mellan försäljningen i lokal bokhandel och näthandel i trettio kommuner 2010 visade ett mycket svagt samband. Näthandeln sålde inte mer i kommuner där den lokala bokhandeln sålde lite och den lokala bokhandeln sålde inte mer där näthandeln sålde lite. Vår slutsats av undersökningen är att fysisk bokhandel och näthandel visserligen konkurrerar med varandra, men att båda har "egna" delmarknader där den ena inte kan ersätta den andra. Framför allt har den lokala bokhandeln när den sköts väl en marknad som näthandeln inte kommer åt. Vi fann mycket stora skillnader mellan de lokala bokhandlarnas försäljning per invånare i de trettio kommunerna, vilket tyder på att det finns en betydande potential för den lokala bokhandeln.

## **C. Den svenska bokhandeln**

De senaste åren har varit tunga för den svenska bokhandeln. Från 2003 till 2010 sjönk bokförsäljningen med 19 %. Nedgången var dramatisk 2008-2010. 2011 vände kurvan och försäljningen ökade svagt.

Det har inte varit en jämn tillbakagång på alla områden. Det är främst inom följande tre områden försäljningsminskningen ligger:

### **1. Kurslitteratur för högskolan**

En del av omsättningsminskningen på kursböcker har varit planerad. Akademibokhandeln har stängt 26 av sina 32 specialiserade kursboksbutiker. Det hade länge varit en verksamhetsgren med svag lönsamhet och det var ett aktivt beslut att avveckla de 26 butikerna. En stor del av den försäljningen har gått över till Adlibris och Bokus. En mindre del har gått till den traditionella studentbokhandeln.

## **2. Kreditförsäljningen till företag och institutioner**

Storkundsförsäljningen eller kreditförsäljningen till företag, institutioner och bibliotek har minskat och där har nätbokhandeln tagit en stor del av kakan från den fysiska bokhandeln.

## **3. Bestsellerförsäljningen**

Bestsellerförsäljningen har till stor del flyttats över till stormarknader och varuhus. Det finns bara rester kvar i bokhandeln. Det innebär förlorade kunder, förlorad omsättning och lönsamhet och det försvagar bokhandelns position på det som är kärnområdet: försäljningen av allmänlitteratur till privatmarknaden.

Den kraftiga omsättningsminskningen syns också i bokhandelns resultat som sjunkit till en oroväckande låg nivå.

De två stora bokhandelskedjorna, Akademibokhandeln och Bokia har redovisat mycket stora förluster de senaste åren.

	<b>Resultat 2010</b>
Akademibokhandeln	-239 mkr
Bokia	- 40 mkr

Båda kedjorna har i sina bokslutskommentarer sagt att den stora förlusten till en del beror på lagernedskrivningar, kostnader för nedlagda projekt mm.

De två kedjornas sammanlagda redovisade förluster för åren 2008-2010 var för Akademibokhandeln 388 mkr och för Bokia 52 mkr.

Alla bokhandlare går inte dåligt. Det finns ett antal enskilda bokhandlare med goda eller mycket goda resultat. Men när man summerar resultaten för den svenska bokhandeln blir bilden alarmerande. Och för de två stora kedjorna, framför allt Akademibokhandeln, är situationen ohållbar. Det här är en utveckling som inte bara bokhandlarna själva utan även förlagen ser på med oro på. Men än så länge syns inga lösningar på detta branschproblem.

Det är dyrt att driva bokhandel och många bokhandlare har hamnat i en kniptång mellan snabbt stigande kostnader och sjunkande försäljning. Bokhandelns marginaler har stigit de senaste tio åren, men det har inte räckt för att hålla resultaten uppe. Bruttovinsten

har enligt de enskilda bokhandlarnas officiella bokslut ökat från cirka 38 procent 2001 till närmare 45 procent 2010 tack vare högre utpriser, ökade förlagsrabatter och ändringar i sortimentets sammansättning.

Den svenska bokhandelns bruttovinst är högre än i Danmark och ungefär på samma nivå som i Norge. Det är därför lätt att dra slutsatsen att problemen är självförvållade, att den svenska bokhandeln är ineffektiv, men man bör vara lite försiktig med den slutsatsen. De norska bokhandlarna betalar till exempel inte utfrakterna, det är förlagen som står för dem. Dessutom är 45 procent marginal på en såld bok i Norge dubbelt så många kronor som 45 procent i Sverige, eftersom de svenska priserna är så låga.

En betydande del av bokhandelns problem ligger dock i kostnadsutvecklingen. Många har redan minskat antalet anställda, men bokhandeln har varit sen med att anpassa lokalkostnaderna. Det kan bero på långa kontraktstider.

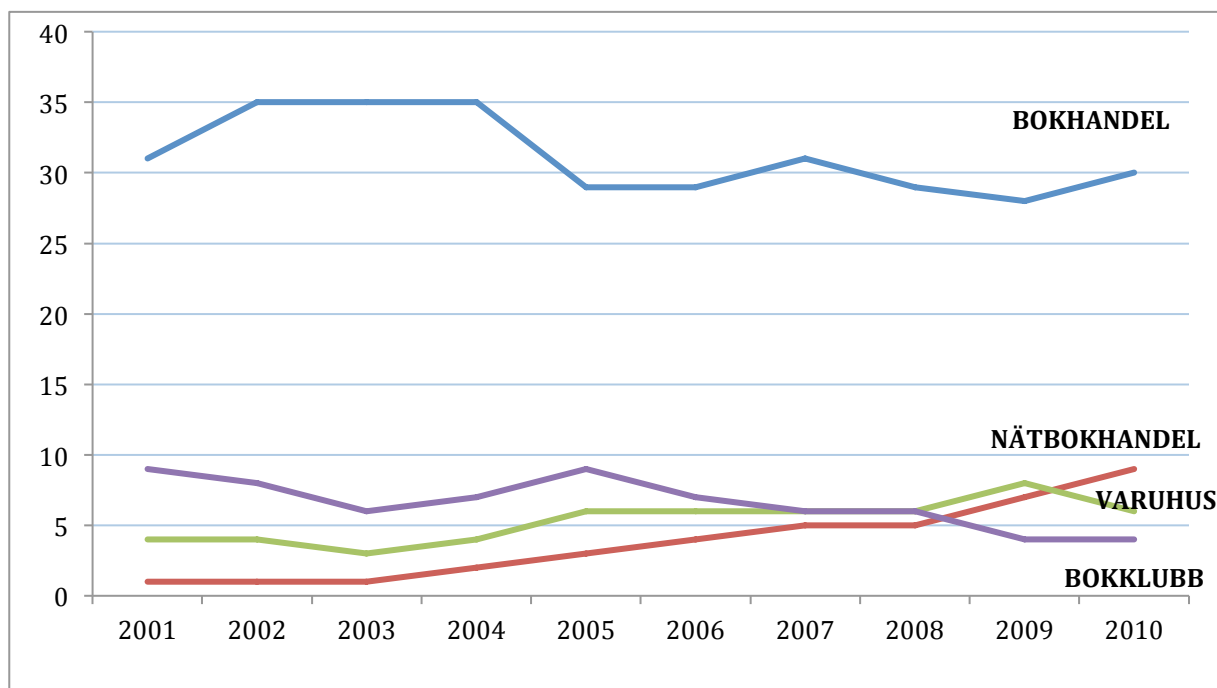
Hos kedjeföretagen tillkommer tunga avskrivningar på goodwill för förvärv och investeringar, en del av dem från tider när prognoserna var mer optimistiska, en del till följd av tvära strategiförändringar.

Det ekonomiska läget är i dag så pressat för många bokhandlare att deras prioritet ligger på snabba kostnadsminskningar. Det är nödvändigt för överlevnaden, men det utvecklar inte bokbranschen.

Den utsatta ekonomiska situationen för bokhandelskedjorna och för många enskilda bokhandlare är ett allvarligt problem för hela bokbranschen, den skapar instabilitet och kommer troligen att leda till radikala förändringar.

Trots minskad försäljning och svag ekonomi har den fysiska bokhandeln fortfarande en stark position i förhållande till kunderna i det som är kärnverksamheten – försäljningen av allmänlitteratur till privatkunder. Här spelar bokhandelns främsta konkurrensmedel en viktig roll: tillgänglighet, exponering, personligt bemötande, information, lokalkännedom. Det visar på bokhandelns möjligheter att möta konkurrensen från nätbokhandeln och dagligvaruhandel

## Bokköparnas val av inköpsställe (procent)



Källa: Mediebarometern, Nordicom, Göteborgs Universitet

Anm. Diagrammet visar hur de personer i åldrarna 9-79 år, som hade läst en bok den senaste veckan, hade fått tillgång till den. Det adderar inte till 100 procent eftersom jag exkluderat lån på bibliotek, gåvor och lån inom familj och mellan vänner

## D.NÄTHANDELN

Det ligger nära till hands att förklara den snabba tillväxten för näthandeln i Sverige med friprismarknaden. I Europa är det bara i friprisländerna Sverige och England som näthandeln nått en marknadsandel som kan jämföras med USA. Men förklaringen är inte hundra procentig. Näthandeln växer till exempel snabbt i fastprislandet Tyskland och mycket svagt i friprislandet Finland.

Det är dock uppenbart att priset har varit och är det viktigaste konkurrensmedlet för Adlibris och Bokus, de två stora näthandlarna



i Sverige, även om logistiken och servicegraden har bidragit till framgångarna.

En analys av den svenska näthandeln visar följande bild:

	<b>Omsättning 2010</b>	<b>Resultat</b>
Adlibris	920 mkr	119 mkr
Bokus	425 mkr	1 mkr
Amazon	ca 100 mkr	
Övriga svensk näthandel	ca 100 mkr	
<b>TOTAL</b>	<b>ca 1545 mkr</b>	

*Källor: Adlibris och Bokus: Tidningen Svensk Bokhandel. Adlibris omsättning avser försäljningen i Sverige. Omsättningstalen för Amazon och övriga näthandel är uppskattade.*

Näthandeln visar en mycket hög koncentrationsgrad. Adlibris står för ca 60 % av omsättningen. Den närmaste utmanaren, Bokus, har förlorat omsättning de senaste åren och är till följd av sina svaga resultat ingen stark utmanare till marknadsledaren.

Efter Adlibris och Bokus är steget långt till nästa näthandlare på den svenska marknaden. Det är troligen Amazon, men data saknas. Omsättningssiffran i tabellen ovan är en mycket grov uppskattning, jag har inte haft tillgång till några siffror från Amazon. Men med tanke på de låga priserna och de snabba leveranserna av utländska böcker som Adlibris och Bokus erbjuder har Amazon sannolikt fått svårt att växa i Sverige.

Den svenska marknadsutvecklingen tyder liksom den amerikanska på att näthandels konkurrensförutsättningar ger fördelar för marknadsledaren. Den enda aktören som inom överskådlig tid skulle kunna utmana Adlibris i Sverige är Amazon.

Priset är som nämnts den främsta konkurrensfaktorn för näthandeln. Men det är inte den enda. Näthandels effektiva leveranser har inneburit en revolution inom bokmarknadens logistik, vilket konsumenterna haft stor glädje av.

Den tredje konkurrensfaktorn, sortimentsbredden, är värd en kommentar. Från början brukade näthandlarna i sina annonser tala om att de hade tre, fyra eller fem miljoner titlar i sitt sortiment. Idag anger Adlibris på sin hemsida att de har tio miljoner titlar i sortimentet, Bokus talar om sex miljoner titlar. Sortimentsbredden har idag inte lika framträdande roll i marknadsföringen, vilket återspeglar att näthandelns försäljning närmat sig den övriga handeln med större vikt på bestsellers och nyheter. "The long tail" ger inte samma lönsamhet som de de frekventa titlarna, varken i näthandel eller fysisk bokhandel. Trots det är bredden i näthandelns försäljning imponerande. Adlibris sålde 2011 över 500.000 olika titlar.

Jag har i ett tidigare avsnitt talat om att näthandelns marknad inte är identisk med den fysiska bokhandelns.

Näthandelns försäljning på ca 1.500 mkr fördelade sig 2010 på följande sätt:

Svensk allmänlitteratur	50 %
Svenska kursböcker	15 %
Import	30 %
Övrigt	5 %

*Källa. Tabellen bygger på beräkningar*

## **E.Bestsellerismen**

Bestsellerismen är en stor och mycket synlig del av den svenska bokmarknaden. Hösten 2011 dominerades länge av "the usual suspects", dvs Camilla Läckberg, Jan Guillou, Leif GW Persson, Jens Lapidus och några till, men när boken om Zlatan Ibrahimovic kom fick de gamla stjärnorna vika ner sig.

Det var i början av 1990-talet som upplagorna för storsäljarna började stiga. Det var i regel svenska författare - först Jan Guillou och Henning Mankell - som med sina spänningsromaner nådde nya läsargrupper och öppnade nya försäljningskanaler. De fick män att läsa skönlitteratur och upplagorna steg. Förlagen sålde varje år några titlar i hundratusentals exemplar, vilket tidigare bara hänt undantagsvis.

Medieintresset för böckerna och framför allt för författarna växte i takt med upplagorna, och i samspelet mellan förlag och medier skapades en bestsellermarknad. Det har sedan kommit fram fram nya bestsellerförfattare i jämnt takt: Liza Marklund, Håkan Nesser, Åke Edwardsson, Stieg Larsson Camilla Läckberg, Jens Lapidus, Lars

Kepler och några till. Ofta har det varit svenska författare, ofta spänningsromaner.

Det är inte många som har något gott att säga om bestsellerismen, den beskrivs nästan undantagslöst som skadlig och negativ. Det är många gånger orättvist mot författarna, för böckerna är ofta välskrivna. Men bestsellerismen utmanar och skakar om strukturen och konkurrensbilden inom alla led och bidrar till oredan på bokmarknaden.

Förändringen har gått snabbt. När vi gav ut *Harry Potter och de vises sten* på Tidens förlag 1999 stod bokhandeln för mer än 50 % av försäljningen. Andelen sjönk för varje ny Harry Potterbok som kom och när den sjätte boken, *Harry Potter och halvblodsprinsen*, kom 2005 svarade varuhusen och stormarknaderna för långt över 50 % av försäljningen. Bokhandelns intresse hade sjunkit kraftigt.

Så har det fortsatt. I bokhandeln är bestsellerförsäljningen i det närmaste borta. Bokhandlarna måste ofta välja mellan att sälja böckerna med förlust eller att låta de stora volymerna gå till andra kanaler och de flesta har med tiden valt den senare strategin. "Jag tjänar lika mycket på att sälja ett ex av Camilla Läckbergs bok till normalpris som att sälja 40 ex till ICAs pris" säger en bokhandlare. Bokhandelsförsäljningen står ofta bara för 10-15 % av bestsellertitlarna.

Även bokklubbarna har drabbats – de har inte kunnat möta priskonkurrensen.

Näthandeln har successivt ökat sin andel av bestsellerförsäljningen och kan med sin prismodell tävla med stormarknaderna. Det är framför allt i förhandsbeställningarna som näthandeln är stark. När boken väl är släppt är det stormarknaderna som dominerar.

I förlagsledet har konkurrensen om bestsellerförfattarna skärpts. Det är idag vanligt att författare byter förlag, lojalitetsbanden mellan förlag och författare har försvagats. Men förlagsbytena har ett klart mönster. Författare som sålt bra byter till något av storförlagen. Och de små förlagen får i gengäld författare som sett sina upplagor sjunka hos de stora förlagen. Många små förlag avstår idag från att ge ut skönlitteratur eftersom de vet att de inte kommer att få behålla de författare som blir framgångsrika. I december 2011 kom alla titlarna på Svensk Bokhandels topplista för skönlitteratur från Bonniers, Norstedts eller Piratförlaget. I november nio av tio.

Kritiken mot bestsellerismen kommer inte bara från bokhandlare och småförlag. Den har också påverkat författarna. Det är en ofta framförd uppfattning att försäljningen av titlar i mellanklassen har tunnats ut och att den kategorin av författare fått lägre royaltynkomster än de hade för tio år sedan. Men det är svårt att

hitta statistiskt belägg för detta. Författarförbundet gjorde sin senaste inkomstundersökning 2004, och sedan dess har marknaden förändrats mycket.

Trots bästsäljarnas höga upplagor har snittupplagorna sjunkit:

### **Genomsnittligt såld upplaga för ny svensk skönlitteratur**

2007	10.600 ex
2008	9.700 ex
2009	9.100 ex
2010	8.600 ex

*Källa: Svenska Förläggareföreningens Branschstatistik*

Men genomsnittsupplagorna är inget bra instrument för att analysera författarnas inkomster och jag kommer inte längre i den analysen.

I brist på fakta blir diskussionen om bestsellerismen ofta känslomässig. Men en stor förlorare är lätt att identifiera. Bokhandeln har förlorat omsättning, den har förlorat lönsam försäljning av lättsålda titlar, den har förlorat kundströmmar och den har fått se sitt förtroende hos kunderna minska.

Det är inte förvånande att många hoppas bestsellerismen skall klinga av och försvinna. Det sägs ofta att den redan har toppat och att den kommer att implodera när priserna blir så pressade att ingen i handelsledet tjänar pengar på försäljningen. Men jag tror den bilden bygger mer på önsketänkande än på fakta. 2011 var ett bra år för bestsellerismen i Sverige.

Det är en märklig affärslogik att det som man i andra sammanhang skulle kalla de starkaste varumärkena, förlagens bestsellerförfattare, till stor del används som indragare i varuhus och stormarknader, medan de bara exponeras pliktskyldigt i bokhandeln. Det skadar konsumenternas förtroende för bokpriserna och för bokhandeln och det innebär att pengar som branschen skulle behöva rinner ut ur systemet. Det är ett strategiskt dilemma för förlagen.

## **F. Bokpriserna**

Bokprisernas utveckling är en fråga som engagerar många.

När den dåvarande regeringen 2001 beslutade sänka mervärdesskatten på böcker från 25 % till 6 % var ett av skälen att man ville bredda bokläsningen genom att göra böcker billigare. Förlagen och bokhandlarna lovade att inte

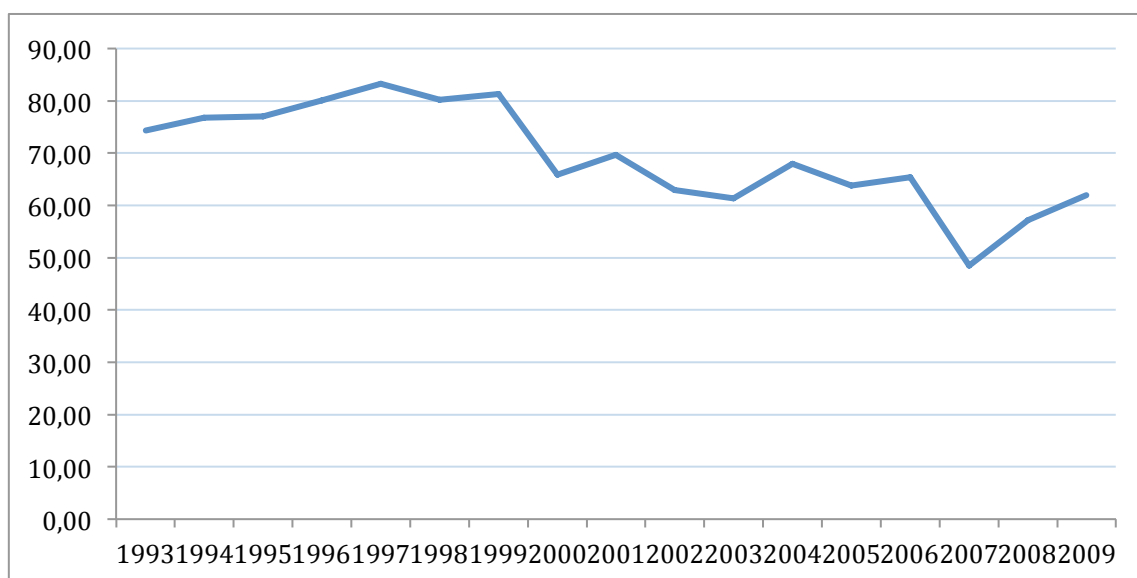
höja sina priser, men kulturministern var misstänksam och tillsatte en Bokpriskommission, som under fyra år bevakade prisutvecklingen. När Bokpriskommissionen 2005 lade fram sin slutrapport ansåg den att bokbranschen i huvudsak hade levt upp till sina löften och att bokpriserna hade sjunkit på ett sätt som motsvarade skattesänkningen. Däremot kunde man inte se att de lägre priserna hade lett till att lässvaga grupper hade börjat köpa böcker i ökad omfattning. Bokpriskommissionen ansåg att regeringen borde fortsätta att bevaka prisutvecklingen för böcker.

Det är troligt att kulturministern inte hade behövt oroa sig för att förlagen och bokhandlarna skulle smyghöja priserna. Idag är många bekymrade över vilka effekter de låga svenska bokpriserna kommer att få på utgivningen, på bokhandelnätet och på branschstrukturen.

Det finns många olika sätt att mäta prisutvecklingen för böcker, och det uppstår lätt diskussioner om valet av metod för prisjämförelser. En mätning av förlagens "officiella" priser, F-priserna, ger en bild som stämmer ganska svagt överens med de priser som verkligen betalas av återförsäljarna. Och konsumentpriserna är så skiftande att det är svårt att hitta ett rättvisande sätt att mäta förändringarna från ett år till nästa.

Ett enkelt och robust sätt att mäta prisutvecklingen är att se hur förlagens genomsnittliga intäkt per sålt exemplar utvecklats.

### **De svenska förlagens genomsnittliga intäkt per sålt exemplar av skönlitterära nyheter SKR**



*Källa: Svenska Förläggareföreningens Branschstatistik*

Diagrammet visar den genomsnittliga intäkten för skönlitterära nyhetstitlar. Det inkluderar originalutgåvor, pocket och andra lågprisutgåvor och är således ett mycket grovt mått. Men det ger en helhetsbild och det är en praktiskt genomförbar mätmetod.

Som framgår har snittintäkten sjunkit kraftigt sedan 1997 för att nå en lägstanivå på under 50 kr per exemplar 2007. Där vände det, sedan har snittintäkten stigit något. Till följd av förändringar i Förläggareföreningens branschstatistik finns inte siffror länge än till 2009.

Diagrammet visar att den svenska bokbranschens starka tillväxt fram till 2007 i betydande grad drevs av låga priser. Och det ger en bild av konkurrensen och den ekonomiska pressen inom förlagsbranschen.

Det bör tilläggas att kurvan för facklitteratur och barnböcker ser lite anonnorlunda ut.

För facklitteraturen har snittintäkten legat på ungefär samma nivå under 2000-talet.

Och för barnböcker har den stigit, vilket återspeglar en tyngdpunktsförskjutning från bilderböcker till kapitelböcker med många sidor, typ Harry Potter.

Synen på prisutvecklingen är en fråga om perspektiv. Den politiska värderingen utgår i regel från konsumentperspektivet, och med den utgångspunkten har prisutvecklingen för böcker varit positiv. Böcker har blivit billigare i Sverige. Det gäller inte bara bestsellers utan i stort sett hela utgivningen. Det hävdas ibland att de låga priserna på bestsellers gör att andra böcker blivit dyrare, men det stämmer dåligt. Stora delar av den svenska utgivningen säljs till låga priser i nätbokhandeln, som arbetar med marginaler som ofta är mindre än hälften av den fysiska bokhandels marginal.

Vi har dock fått växande prisskillnader mellan olika försäljningskanaler. Bokhandeln har inte kunnat möta priskonkurrensen från näthandel och dagligvaruhandel och har med varierande framgång försökt hitta en egen prislinje. Man diskuterar ofta hur stort prisgapet mellan näthandeln och den fysiska bokhandeln kan vara utan att kunderna reagerar. De flesta bokhandlare anser att de kan ligga högre i pris, men prisskillnader över 100 kr är besvärande. Idag är sådana prisskillnader vanliga.

Den ökade transparens som nätet medfört och den svaga "naturliga" tillväxten har skapat ett ökat tryck på priset som konkurrensfaktor på den svenska bokmarknaden. Konsumenternas makt har ökat. Det har gett förutsättningarna för näthandelns snabba expansion och det har drivit fram den stora lågprisutgivningen och kampanjförsäljningen hos förlagen.

Prisutvecklingen på den svenska bokmarknaden kan beskrivas som en klassisk målkonflikt.

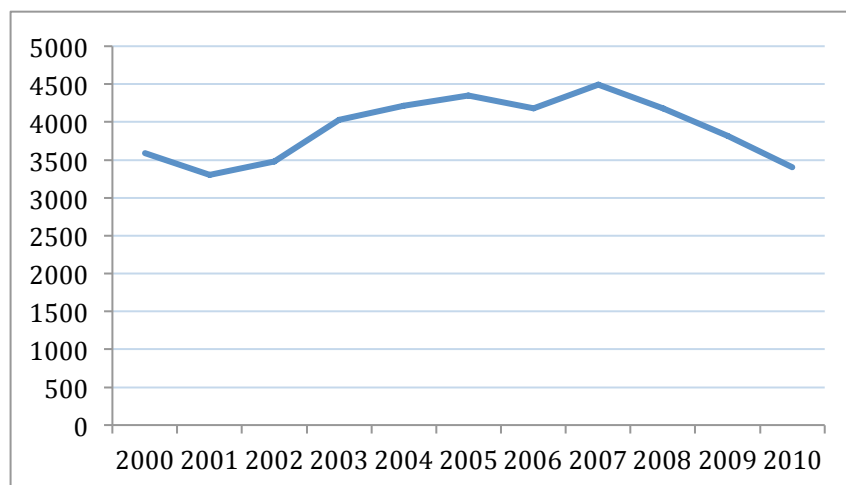
Det finns en bred konsensus om att vi skall ha ett brett utbud av böcker, lätt tillgängliga för konsumenterna till låga priser.

Priskriteriet uppfylls väl, böcker är billigare i Sverige än i många andra länder. Konkurrensen har tvingat fram en effektivisering i alla led.

Tillgängligheten är relativt god. Sverige har inte lika många bokhandlare som grannländerna, men en stor majoritet av befolkningen har en bokhandel inom rimligt avstånd, böcker säljs i Konsum och ICA, och böcker säljs på nätet. Men utvecklingen för bokhandeln har varit negativ och det mesta tyder på att dagens bokhandelsstruktur inte kommer att kunna upprätthållas. Det kommer att få negativa återverkningar både för förlagen och för bokutgivningen.

Det tredje kriteriet, den breda utgivningen, är också under förändring.

### **Nyutgivning av tryckta böcker 2000-2010**



*Källa: Svenska Förläggareföreningens Branschstatistik*

De svenska förlagen har minskat sin utgivning av tryckta böcker kraftigt de senaste åren. Ovanstående diagram visar utgivningen hos Svenska Förläggareföreningens medlemsförlag och är inte komplett. Läroböcker ingår inte och många små förlag är inte med i statistiken. Men tendensen är tydlig.

Nyhetsutgivningen har under en lång följd av år ökat, från ca 3.000 titlar om året 1990 till över 4.700 titlar 2007. Sedan har den gått brant nedåt. Det är framför allt utgivningen av utländsk

skönlitteratur som sjunkit, men förlagen minskade sin utgivning inom samtliga litteraturgrupper mellan 2007 och 2010. Samtidigt har den digitala utgivningen ökat kraftigt de senaste åren, men det är i huvudsak titlar som redan kommit ut i tryckt format.

Det bör understrykas att detta är ett kvantitativt mått, det säger ingenting om hur kvaliteten i den svenska bokutgivningen har förändrats. Det är svårt att hitta stöd för att förlagens minskade nyhetslistor har drabbat kvalitetsutgivningen hårdare än andra kategorier. Bokklubbarna stagnation har inneburit att utgivningen av underhållningslitteratur minskat, framför allt översättningar från engelska.

Priskonkurrensen är inte den enda anledningen till bokbranschens spänningar och problem. Den har tvingat fram en effektivisering som på många sätt varit positiv. Men det är svårt att komma förbi att marknadsutvecklingen idag utmanar både den struktur och den kultur som präglat bokutgivningen och bokbranschen under lång tid.

Den svenska bokmarknaden är sedan lång tid tillbaka en av de mest oreglerade i Europa, och det finns ingen grund för vare sig frivillig eller lagstadgad prisreglering. Ansvaret för utvecklingen ligger på branschen själv och man kan beskriva dagsläget som att den väntar på idéer och lösningar.

## **G.Status i den svenska bokbranschen**

När man ser på den svenska bokbranschen utifrån tycks digitaliseringen vara den viktigaste frågan.

I medierna diskuteras hur förlagens e-boksutgivning skall utvecklas, hur de nya affärsmodellerna för digitala böcker skall se ut, prissättningen på e-böcker, vilken ersättning författare och översättare skall få samt bibliotekens utlåning av e-böcker.

Men den svåraste och mest akuta frågan för den svenska bokbranschen är just nu redan i handeln med böcker och bokhandelns svaga ekonomi. Det är där de stora problemen och de stora utmaningarna finns. Erfarenheterna från musikindustrin bör vara en varningsklocka.

Bokläsningen är förhållandevis stabil och utgivningen är fortfarande stor, fast den har minskat de senaste åren. Men i leden mellan författare och läsare finns industriella problem.

Hittills har förlagen klarat sig ganska bra. Lönsamheten inom allmänutgivningen är inte hög och den är ojämn. Men det finns ingen förlagskris. De förlag som ger ut läromedel och kurslitteratur har i regel bra resultat.



Men problem hos återförsäljarna sprider sig naturligtvis till förlagen. Forma, det tredje allmänförlaget i omsättning med de "gamla" varumärkena ICA-Förlaget, B.Wahlströms och svenska Damm är sedan en längre tid ute till försäljning efter fler års svaga resultat. De små förlagen är vana att leva med dåligt lönsamhet och har stor motståndskraft, men de har begränsade resurser för att utveckla nya digitala format.

Dagens situation för den svenska bokbranschen i korthet:

- Bokhandelskedjornas förluster har lett till en instabil situation där en genomgripande förändring av bokhandeln är nödvändig.
- Bokklubbarna krymper snabbt och minskar i antal.
- Näthandeln växer men inte längre så snabbt och den koncentreras alltmer till Adlibris
- Förlagens engagemang i handelsledet har ökat.
- Förlagsbranschen blir mer heterogen. Gränsen mellan böcker och andra medieprodukter löses upp.
- Polariseringen mellan stora och små förlag växer. Det sker också en "horisontell polarisering" mellan allmänförlag, kursboks- och läromedelsförlag. Bonniers och Norstedts koncentrerar sig på allmänutgivning.
- Nyutgivningen minskar inom alla kategorier.

## **H.Vad kommer att hända de närmaste åren?**

Jag har i den här artikel beskrivit de senaste årens utveckling på den svenska bokmarknaden med stöd av statistik och andra hårda fakta.

Mot bakgrund av den obalans som råder i handelsledet är det svårt att förutse vad som kommer att hända de närmaste åren. Mycket tyder på att bokbranschen är på väg in i en period av stora förändringar, inte bara genom den digitala utgivningen utan också i distributionen av tryckta böcker.

Bokhandeln är i en utsatt situation och kan inte vänta på att förlagen skall erbjuda förbättrade affärsvillkor. Bokhandlarna kommer att sträva efter att minska sina kostnader, i första hand lokalkostnaderna, genom att minska butiksytor eller flytta till billigare lägen. Personalkostnaderna har minskat de senaste åren, men de kommer troligen att minska ytterligare. Bokhandlarna kommer att förändra sin sortimentsmix med andra produktgrupper. Det innebär att andelen böcker sjunker och att förlagen kommer att få det svårare att få sina böcker exponerade, vilket framförallt drabbar de mindre förlagen.

Sådana åtgärder kan förbättra ekonomin för de enskilda butikerna. Men för kedjorna är det svårare att se lösningar. Akademibokhandeln och Bokia, de två stora kedjorna, har som jag visat mycket svag ekonomi. Akademibokhandeln har en historia av misslyckade affärstrategier och sitter fast med höga centrala kostnader. Bokia som är en frivilligkedja med närmare tjugo helägda butiker lider inte bara av svag ekonomi utan också av inre spänningar. Här kan man vänta sig stora förändringar.

Den strategi som många bokhandelskedjor i andra länder valt – att kombinera butiksförsäljningen med näthandel – har inte kommit så långt i Sverige. Akademibokhandeln valde tidigt att överlåta nätförsäljningen till systerföretaget Bokus och Akademibokhandeln har idag ingen nätbutik. Det har däremot Bokia, men efter en trevande start har man idag en andel på 2-3 % av den samlade nätförsäljningen. Det här innebär att bokhandelskedjorna är dåligt rustade för den kommande tillväxten av e-böcker.

Bokklubbarnas tillbakagång kommer att fortsätta, det finns ingenting som tyder på att de hittat en stabil nivå där nedgången planar ut.

Stormarknaderna, dagligvaruhandeln och varuhusen är som jag visat mycket stora inom bestsellerförsäljningen, men deras sortiment har blivit smalare och förlagen kan inte se dem som strategiska samarbetspartners. Åhlénsvaruhuset, som varit drivande i priskriget om bestsellermarknaden, beslutade för ett år sedan att stänga sina bokavdelningar.

När näthandelns tillväxt planar ut kan man förvänta sig att nya, mer differentierade näthandelskoncept utvecklas, eventuellt med de etablerade näthandlarnas plattformar som grund. Näthandelns andel av bokmarknaden kommer troligen att fortsätta växa.

Problemen i handelsledet kommer att tvinga fram aktiviteter från förlagens sida, de har inte råd att sitta passiva när bokhandeln är i kris. På en friprismarknad som den svenska är det svårt att skapa branschlösningar. I frånvaron av statliga regleringar och insatser är det de stora förlagsgrupperna som har möjlighet att påverka strukturen i handelsledet och det är från dem man kan vänta sig initiativ.

Förlagens affärsvillkor har till stora delar förts vidare från den tid då bokhandeln var den enda stora försäljningskanalen. De senaste årens utveckling visar att förlagen behöver se över sina kanalstrategier för att på ett bättre sätt stödja och utveckla dagens differentierade struktur inom återförsäljarledet. Det är den stora strategiska utmaningen för de svenska förlagen.

## I.Behövs bokhandeln ?

”Behövs bokhandeln?” var ämnet för en utredning jag nyligen gjorde för Svenska Förläggareföreningens räkning tillsammans med Bengt Brodin, docent i företagsekonomi och mångårig forskare inom ämnet detaljhandel .

Den rapport vi lämnade avser den svenska bokmarknaden, men i vårt arbete samlade vi in data och erfarenheter från ett flertal länder i Västeuropa och USA.

Jag avslutar den här texten med en kort sammanfattning av vår rapport:

1. Den kraftiga tillbakagången i bokhandelns försäljning har medfört sjunkande försäljning även i förlagsledet. Den snabba tillväxten i näthandeln har inte vägt upp nedgången i den fysiska bokhandeln.
2. Näthandeln har genom priskonkurrens och god service tagit marknadsandelar från den fysiska bokhandeln. Men fysisk bokhandel och näthandel har till betydande del olika marknader .
3. Det är i den lokala förankringen och anpassningen som bokhandelns utvecklingsmöjligheter ligger.
4. De svenska förlagen har genom kortsiktighet och oklara kanalstrategier skapat oreda i handelsledet vilket lett till prisrig och stigande rabatter.
5. Bokhandelns stagnation kan inte bara lastas på förlagen. Bokhandelskedjornas negativa utveckling beror i första hand på strategiska felsatsningar.
6. För de flesta bokköpare är bokhandeln trots sina problem den utan jämförelse viktigaste inköpskällan.
7. Förlagen bör i sina affärsstrategier ge bokhandeln en betydelsefull roll. Ingen annan försäljningskanal kan skapa den synlighet och offentlighet för en bred nyhetsutgivning som bokhandeln ger. Det är en spännande och komplicerad tid för bokbranschen, både för förlag och bokhandlare. Den svenska bokmarknaden kan vinna mycket på ett mer konstruktivt samarbete mellan förlag och bokhandel.

Kjell Bohlund

*Kjell Bohlund (född 1945) civilekonom vid Handelshögskolan i Stockholm. Bitr dir Svenska Tidningsutgivareföreningen (TU) 1974-78. VD Dagspressen Marknadsinformation 1978-82. VD Rabén & Sjögren Bokförlag 1983-1993. VD Rabénförlagen 1993-1997. VD Norstedts Förlagsgrupp 1997-2007, Ordförande Kungl Musikhögskolan 2004-2010, Ordförande Svenska Förläggareföreningen 2007-2010.*

*Numera fristående konsult med styrelse- och utredningsuppdrag inom bokbranschen.*