

- › Flere bestsellere men færre solgte bøger
- › Digitale bøger i voksenalderen
- › Kluge kendte sælger flere fagbøger

ÅRS- STATISTIK

2012



Forlæggerforeningen
Danish Publishers Association

Indhold

> Leder	3
> Fakta om Forlæggerforeningens årsstatistik: Hvad dækker den?	4
> Sådan læser du årsstatistikken	4
> Årsstatistikken 2012	5
> Forlagenes årsstatistik på ét minut ...	6
> Tendens I Forlagenes bogsalg falder: Færre solgte bøger og flere bestsellere	7
> Tendens II Det digitale håb: Den digitale bog i voksenalderen	13
> Tendens III Optimisme for skole- og lærebøger: Salget af digitale læremidler får et boost	18
> Tendens IV Fagbøger i fald med lyspunkter: Internettet udfordrer fagbøger	21
> Kløge kendte sælger flere fagbøger	24
> Kort om Forlæggerforeningen Forlagenes talerør: Hvad gør vi, og hvad vil vi?	27

Udgivet af

Forlæggerforeningen
Børsen
1217 København K
Tlf. +45 33 15 66 88

www.danskeforlag.dk
E-mail-adresse: danskeforlag@danskeforlag.dk

Grafisk design: Christina Bruun Olsson
Redaktion: Tonsberg Tekst
Skribenter: Signe Tonsberg og Emil Norsker
Foto: Phillip Drago (Jussi Adler Olsen, forsiden)
Anna Lena (Lars Kepler, side 12)
Hans Ole Madsen (Peter Lund Madsen, side 23)

Sidste år med selvstændig digital kategori

Som følge af den digitale udvikling laver Forlæggerforeningen fra 2013 og frem om på statistikken. I år er derfor sidste år, hvor de digitale udgivelser fremgår som en selvstændig kategori af årsstatistikken. Fremover vil digitale udgivelser være en underkategori under de respektive genrer. På den måde er det muligt at få overblik over, fx hvor stor en del af den solgte skøn- eller faglitteratur der er digital.

Leder

Velkommen til Forlæggerforeningen årsstatistik, som for første gang udgives som en lidt større digital publikation. Fremover udkommer Forlæggerforeningens statistik i denne form én gang om året. Årsstatistikken afløser den kvartalsstatistik, som vi hidtil har udsendt fire gange årligt.

På de kommende sider supplerer vi selve statistikken over forlagenes salg i 2012 med at tage fat i nogle af de væsentligste tendenser, der præger forlagenes omsætning lige nu.

Formålet med publikationen er at analysere og gå bag om statistikkens tal og fx pege på, hvad der er tendenser, og hvad der måtte være tilfældigheder.

I årets statistik har vi udvalgt fire markante tendenser, som præger statistikken og forlagsbranchen netop nu:

Forlagenes generelle salgstal falder og et færre antal titler står for en større del af omsætningen.

Omsætningen af digitale udgivelser er fortsat relativt lille, men der er tydelige væksttegn blandt andet på skole- og lærebogsområdet. Og selvom omsætningen for fagbøger dykker, lever den velproducerede fagbog i bedste velgående.

Rigtig god læselyst



Per Hedeman
Formand for Forlæggerforeningen

Fakta

Hvad dækker årsstatistikken?

Forlæggerforeningens årsstatistik giver overblik over danske forlags omsætning. Statistikken viser både forlagenes direkte salg og salget til forhandlere. Årsstatistikens tal må derfor ikke forveksles med markedets totale salg af bøger direkte til forbrugerne.

Årsstatistikken bygger på en opgørelse af forlagenes bogsalg gennem de to forlagsekspeditioner DBK og NBC. Statistikken omfatter derfor både forlag, der er medlemmer af Forlæggerforeningen, og ikke-medlemsforlag. Derudover dækker statistikken også en række udvalgte forlags omsætning uden om forlagsekspeditionerne. Det kan være salg gennem bogklubber, gennem egne webshops og salg direkte til skoler, biblioteker og supermarkeder.

Alt i alt anslås det, at årsstatistikken omfatter mere end 85 procent af den samlede forlagsomsætning.

Da statistikken løbende korrigeres – fx når nye forlag kommer til, eller når der opstår nye kategorier, er det ikke muligt at sammenligne de nominelle tal i årets statistik med andre end de eventuelt korrigerede tal fra det foregående år, som fremgår af statistikken.

Alle tallene i statistikken er eksklusiv moms, ligesom alle tal bortset fra salg 'direkte til forbruger' er eksklusiv forhandleravance.

Sådan læser du statistikken

Her er en kort introduktion til de forskellige kategorier i statistikken:

Salg til boghandel omfatter både fysiske boghandlere og internetboghandlere som fx Saxo.com, iBooks og apps via fx Apple. Kategorien dækker kort sagt forhandlere, hvis primære forretningsområde er detailhandel med bøger.

Salg til udlandet dækker over salg af danske bøger til udlandet og er derfor relativt beskedent i omfang. Kategorien omfatter ikke salg af rettigheder til udlandet og omfatter derfor ikke salget af danske bøger oversat til andre sprog.

Andet videresalg, herunder supermarkeder og kiosker

dækker over forlagenes salg til detailhandelsbutikker, der ikke er boghandlere. Kategorien omfatter både butikker, der har salg af bøger i fx et fysisk supermarked og digitalt fx via supermarkedets website.

Direkte til forbruger, herunder salg via egen bogklub omfatter forlagenes salg til uddannelsesinstitutioner, direkte salg fra forlagenes egne hjemmesider og direkte salg til biblioteker via fx Netlydbog og eReolen. Denne kategori opgøres som den eneste i forbrugerpriser eksklusiv moms.

Digitale udgivelser omhandler både lydbøger, læringsportaler og e-bøger – både i fysisk format som fx en dvd eller cd samt downloads og streaming. Også salg til bibliotekernes digitale udlånstjenester Netlydbog og eReolen er medtaget. Et download svarer til ét eksemplar.

Har du spørgsmål, kan du altid kontakte Forlæggerforeningen på:

danskeforlag@danskeforlag.dk
telefon 33 15 66 88

Kr. i mio., data fra hele året 2012 og 2011

Kanal \ Genre	Skønlitteratur		Ændring i %	Faglitteratur		Ændring i %	Skole- og lærebøger		Ændring i %	Børne- og ungdomsbøger		Ændring i %	Digitale udgivelser		Ændring i %	I alt hele året		Ændring i %
	2012	2011		2012	2011		2012	2011		2012	2011		2012	2011		2012	2011	
Salg til boghandel	270,8	288,4	-6,1%	368,9	391,4	-5,8%	137,0	143,1	-4,2%	151,9	152,7	-0,5%	14,8	13,7	8,0%	943,4	989,3	-4,6%
Salg til udlandet	6,1	5,4	11,6%	13,2	12,0	9,8%	4,0	4,4	-9,4%	1,5	1,4	13,9%	0,7	0,2	291,4%	25,5	23,4	8,9%
Andet videresalg, herunder supermarkeder og kiosker	106,4	132,4	-19,7%	73,9	83,3	-11,3%	3,1	3,9	-18,8%	28,7	27,2	5,3%	13,7	8,0	71,9%	225,8	254,7	-11,4%
Direkte til forbruger, herunder salg via egen bogklub	98,9	118,4	-16,4%	104,3	106,1	-1,7%	328,7	336,1	-2,2%	19,8	21,5	-7,8%	58,8	35,0	68,3%	610,6	617,0	-1,0%
I alt hele året	482,2	544,6	-11,5%	560,2	592,8	-5,5%	472,9	487,5	-3,0%	201,9	202,8	-0,4%	88,0	56,8	54,9%	1.805,2	1.884,4	-4,2%
Ændring i %	-11,5%			-5,5%			-3,0%			-0,4%			54,9%			-4,2%		

Antal eksemplarer i tusinder, data fra hele året 2012 og 2011

Kanal \ Genre	Skønlitteratur		Ændring i %	Faglitteratur		Ændring i %	Skole- og lærebøger		Ændring i %	Børne- og ungdomsbøger		Ændring i %	Digitale udgivelser		Ændring i %	I alt hele året		Ændring i %
	2012	2011		2012	2011		2012	2011		2012	2011		2012	2011		2012	2011	
Salg til boghandel	3.273,3	3.764,3	-13,0%	3.083,8	3.447,3	-10,5%	1.139,1	1.212,0	-6,0%	1.956,4	2.041,9	-4,2%	273,5	254,5	7,5%	9.726,1	10.720,1	-9,3%
Salg til udlandet	70,1	65,1	7,7%	84,5	80,5	4,9%	27,3	29,3	-6,9%	18,7	19,1	-2,4%	5,9	1,8	222,9%	206,5	195,9	5,4%
Andet videresalg, herunder supermarkeder og kiosker	2.914,2	3.693,1	-21,1%	2.132,1	2.425,4	-12,1%	117,6	79,5	47,9%	980,4	997,5	-1,7%	541,5	318,4	70,1%	6.685,7	7.514,0	-11,0%
Direkte til forbruger, herunder salg via egen bogklub	847,5	1.105,6	-23,3%	640,8	820,2	-21,9%	3.299,9	3.426,7	-3,7%	253,3	254,8	-0,6%	1.089,8	494,5	120,4%	6.131,2	6.101,9	0,5%
I alt hele året	7.105,2	8.628,2	-17,7%	5.941,1	6.773,5	-12,3%	4.583,9	4.747,5	-3,4%	3.208,6	3.313,4	-3,2%	1.910,7	1.069,2	78,7%	22.749,5	24.531,8	-7,3%
Ændring i %	-17,7%			-12,3%			-3,4%			-3,2%			78,7%			-7,3%		

Forlagenes årsstatistik på ét minut ...

Forlagenes omsætning faldt i 2012 med 4,2 procent. Det er i kroner og ører et fald i forlagenes omsætning på 79,2 millioner kroner. I alt blev der solgt 1,8 millioner færre eksemplarer i 2012 end i 2011.

Det er blandt de **skønlitterære titler**, forlagene har haft det største omsætningstab i 2012. Sammenlignet med 2011 er omsætningen på skønlitteratur for voksne faldet med 11,5 procent. Det betyder 62,4 millioner kroner færre i forlagenes skønlitterære kasser.

Blandt de **faglitterære titler** er omsætningen faldet 5,5 procent. Børne- og ungdomslitteraturen ligger ret stabilt med et minimalt fald på 0,4 procent.

Omsætningen af **skole- og lærebøger** til blandt andre folkeskoler, gymnasier og videregående uddannelser er faldet med tre procent. Reelt er der dog tale om

en stigning i omsætningen af skole- og lærebøger, da en større og større del af undervisningsmaterialerne bliver digitale og derfor udgør en del af omsætningsstigningen på 54,9 procent for de digitale udgivelser. Det kan du læse meget mere om i artiklen på side 18 i denne publikation.

Den store stigning i omsætningen af **digitale udgivelser** skal ses i sammenhæng med, at digitale udgivelser fortsat kun udgør en ret lille del af det samlede bog salg. Se figur 6 og 7 på side 20. I øjeblikket udgør de digitale titler under fem procent af forlagenes samlede omsætning. Så den store stigning på 54,9 procent dækker over et omsætningsløft på 31,2 millioner kroner fra 56,8 millioner kroner i 2011 til 88 millioner kroner i 2012. Til sammenligning er forlagenes omsætning i skønlitteratur i samme periode faldet med dobbelt så meget nemlig 62,4 millioner kroner.

Tendens



Forlagenes bogsalg falder

Det digitale håb

Optimisme for skole- og lærebøger

Fagbøger i fald med lyspunkter

Færre solgte bøger og flere bestsellere

Forlagene sælger færre bøger. Udviklingen har været i gang i flere år og prægede også 2012. Samtidig er mange af de solgte bøger fordelt på et mindre antal bestsellertitler. Bogmarkedet bliver dermed smallere. Men der er kreative og digitale lyspunkter.

Forlagenes 2012 var lidt af en gyser. Et meget magert bogsalg i de første to kvartaler rettede sig i tredje og fjerde kvartal, så året landede på et samlet fald på 7,3 procent i antal solgte eksemplarer i forhold til året før. Faldet skal ses i sammenhæng med et generelt fald i forlagenes bogsalg, som begyndte i 2008. Se figur 2 på side 8. Forlagenes omsætning faldt med i alt 4,2 procent. Se figur 1 på side 8. Der er blevet solgt 1,8 millioner færre eksemplarer i 2012, hvis vi sammenligner med 2011. Et fald fra 24,5 millioner solgte eksemplarer i 2011 til 22,7 millioner eksemplarer i 2012.

"Første halvdel af 2012 var svært. Markedet gik lidt i panik i første halvår. Der lukkede boghandler, og supermarkederne holdt igen med indkøbene og solgte ud af deres lagre," siger direktør Lene Juul fra JP/Politikens Forlag.

En af de stærke tendenser, der for alvor slog igennem i 2012, var et voldsomt fokus på enkelttitler og enkeltforfatternavne.

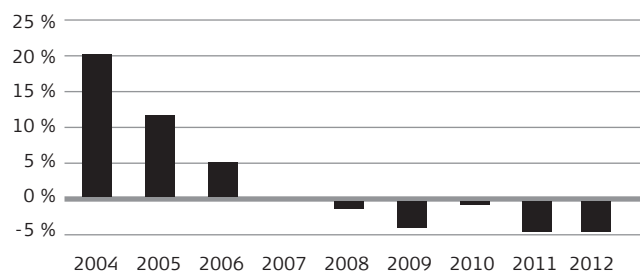
"Der er større fokus på enkelttitler, og det giver kraftige udsving i statistikken. Sådan har det altid været, men tendensen og effekten bliver tilsyneladende større," siger Bjarne Ponikowski, der er direktør hos Gyldendal.

Jussi-effekten

Et af de tydeligste eksempler på det var Jussi Adler-Olsens krimi 'Marco Effekten', der udkom på JP/Politikens Forlag i begyndelsen af december måned og solgte langt over 200.000 eksemplarer på ganske få uger. Bogen blev årets absolutte skønlitterære bestseller, selvom den kun var på markedet i under en måned af 2012. 'Marco Effekten' lå nummer ét på bestsellerlisterne hele december og solgte formentlig mere end de resterende ni titler på listen tilsammen.

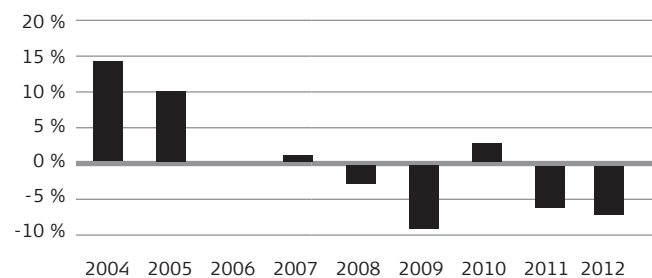
"Det er vel den bog, der har solgt mest i Danmarkshistorien på kortest tid," siger direktør Lene Juul.

Ændring i forlagenes omsætning fra år til år i procent



Figur 1: Stigning og fald i forlagenes omsætning i perioden 2004-2012

Ændring i antal solgte bøger fra år til år



Figur 2: Forlagenes antal solgte eksemplarer i perioden 2004-2012

Sæsonudsving

Udgivelser skrevet af bestsellerforfattere som Jussi Adler-Olsen, Lars Kepler eller 'Fifty Shades of Grey'-forfatteren E. L. James kan altså aflæses meget tydeligt i statistikkerne.

Samtidig er der tendens til at udgive de helt store bestsellertitler i efteråret i forbindelse med bogmesser og jule-salg. Det er med til at give voksende sæsonudsving i bogsalget for de enkelte kvartaler, så forlagenes omsætning i stigende grad bliver koncentreret i tredje og især i fjerde kvartal. Se figur 3 på side 9. Tendensen er allermost tydelig på skønlitteraturen, hvor der blev omsat for næsten dobbelt så meget i fjerde kvartal som i første kvartal 2012.

Bestsellertendensen giver udfordringer for mellemlaget af forfattere og titler. Og det er ikke kun smalle forfattere og titler, der er i klemme her. Mellemlaget tæller også etablerede og kendte forfattere.

"Tyngden burde ligge på mellemlaget, hvor forfattere typisk sælger 5.000-10.000 eksemplarer om året. Men her oplever vi et fald på 10-20 procent," siger Bjarne Ponikowski. Flere andre forlag bekræfter tendensen.

Samme salgskanaler

Kigger vi på salgskanaler, sælges de fleste bøger fortsat via boghandlere. Se figur 4 og 5 på side 11. Kategorien 'boghandlere' dækker både fysiske boghandlere og internetbaserede boghandlere som fx Saxo.com. Fordelingen på salgskanaler har været nogenlunde den samme set over de seneste tre år. Dog er der et lille fald i forlagenes salg til boghandlerne og en tilsvarende lille stigning i kategorien 'salg direkte til forbruger', som blandt andet dækker over salg fra forlagenes hjemmesider og bogklubber og salg til uddannelsesinstitutioner. Forlagenes salg til supermarkeder og kiosker faldt i 2012. Det gælder især i de første to kvartaler, hvor skønlitteraturen blev hårdest ramt. Her faldt omsætningen med 19,7 procent sammenlignet med 2011.

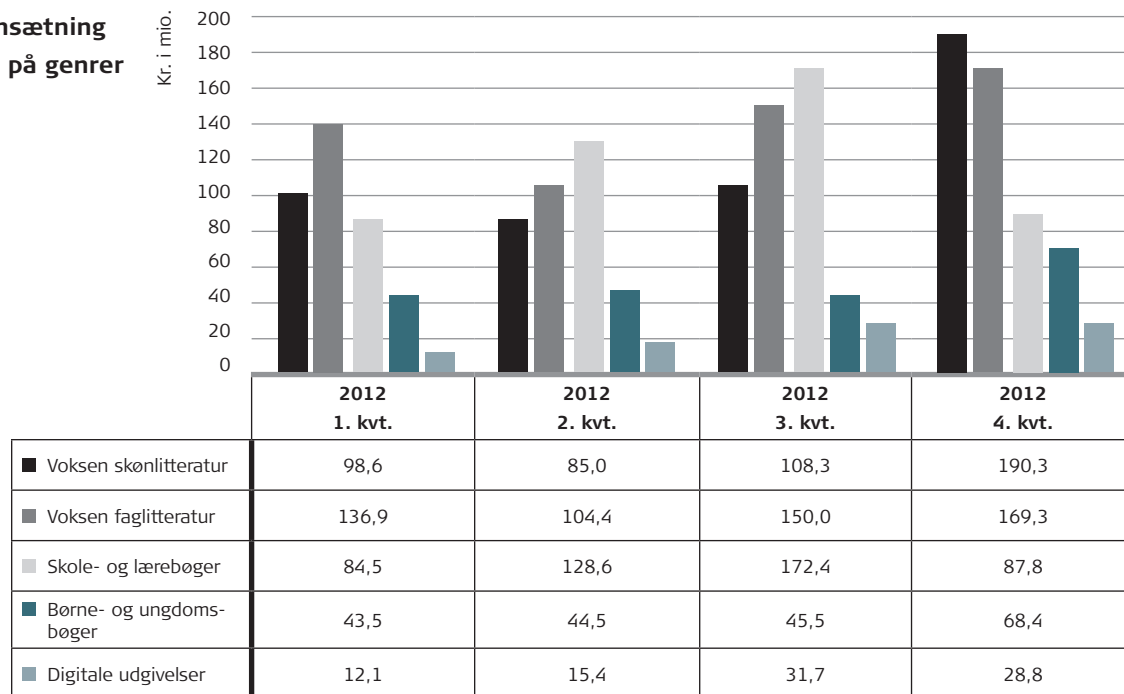
Supermarkeder vil af med lagre

Danmarks to største supermarkeds kæder Coop og Dansk Supermarked bekræfter, at de målrettet skar deres boglagre ned i starten af 2012.

I Coop, som står bag supermarkeder som Kvickly, SuperBrugsen og Fakta, bekræfter informationsdirektør Jens Juul Nielsen, at kæden er i gang med at reducere boglagrene, og at det kan være den strategi, forlagene kan aflæse i den faldende omsætning for salg til butikkerne.

”Den største forskel er, at vi pt. køber noget færre bøger, fordi vi ønsker at reducere vores omkostninger ved at bringe vores lagre af bøger ned,” siger han. Samme melding kommer fra Dansk Supermarked, der ejer Føtex, Bilka og Netto.

Forlagenes omsætning i 2012 fordelt på genrer



Figur 3: Forlagenes omsætning fordelt på genrer i de enkelte kvartaler i 2012



Vidste du ...

at forlagsbranchen i England, siden den første Harry Potter-bog af J.K. Rowling udkom, har arbejdet med salgsstatistikker med og uden Harry Potter-bøgerne.

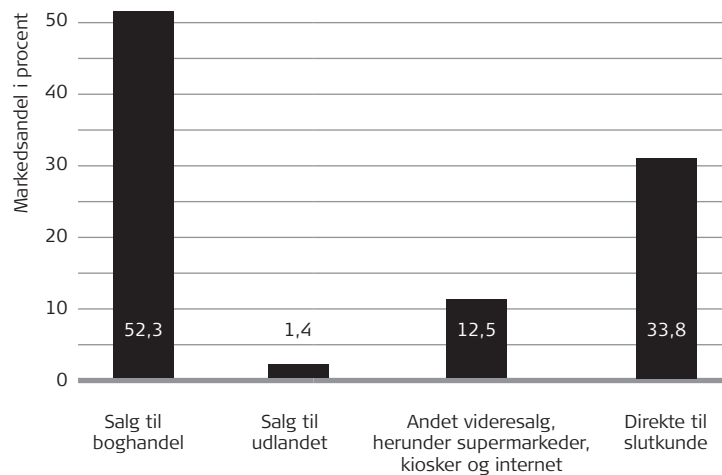
Bogserien er solgt i så mange eksemplarer, at salget skævrider resten af statistikken.

"Det er i højere grad en ændret lagerpraksis, der har påvirket vores indkøb hos forlagene, end det er en ændring i salget hos os," siger Dansk Supermarkeds pressechef Mads Hvitved Grand.

Hos Dansk Supermarked melder man om en lille stigning i bogsalget i 2012. Coop oplevede et markant fald i antallet af solgte bøger i første kvartal, og samlet set omsatte kæden for færre kroner bøger i 2012 i forhold til året før.

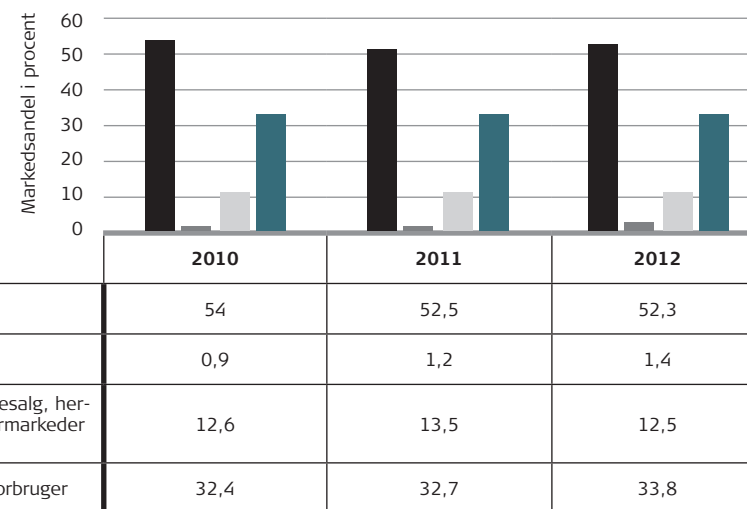
"Vi ønsker ikke at sætte en præcis procentsats på faldet i omsætningen, men det er relativt beskedent. Det skyldes ikke mindst, at gennemsnitsprisen pr. bog, vi sælger, er faldet. Vi sælger altså ikke færre, men billigere bøger," forklarer Jens Juul Nielsen, informationsdirektør i Coop.

Forlagenes omsætning i 2012 fordelt på salgskanaler



Figur 4: Oversigt over forlagenes omsætning i 2012 fordelt procentuelt på salgskanaler

Forlagenes omsætning fordelt på salgskanaler



Figur 5: Oversigt over forlagenes omsætning 2010-2012 fordelt procentuelt på salgskanaler



Der er større fokus på enkelttitler, og det giver kraftige udsving i statistikken. Sådan har det altid været, men tendensen og effekten bliver tilsyneladende større.

Bjarne Ponikowski, direktør, Gyldendal



Forlagenes bogsalg falder

Det digitale håb

Optimisme for skole- og lærebøger

Fagbøger i fald med lyspunkter

Den digitale bog i voksenalderen

Den digitale omsætning steg med 55 procent sidste år. I branchen forventer man en fordobling i år. E-bøgernes samlede andel af markedet er dog stadig lille, men de digitale bøger kan være et af de bedste våben i forlagenes kamp om opmærksomheden med mange andre medier.

Små børn kan ikke forsørge familien lige med det samme, men de vokser hurtigt, og udvikler sig markant hver måned. Lidt på samme måde er det med e-bogen, hvis salg stiger konstant og markant. Sidste år oplevede forlagene en stigning i den digitale omsætning, så den nu fylder knap fem procent af forlagenes samlede omsætning. Udviklingen går stærkt, selvom det er værd at bemærke, at det digitale salg fortsat udgør en meget lille del af forlagenes samlede omsætning, og at den digitale omsætning stiger fra et lavt niveau. Se figur 6 og 7 på side 20.

Det tager tid

Virksomheden Publizon, der assisterer forlagene med det tekniske omkring de digitale udgivelser, havde en tilvækst på cirka 3.000 e-bogstitler i 2012. Det samlede danske e-bogskatalog består nu af alt cirka 10.000 e-bogstitler og 3.300 lydbøger. Publizons direktør Steffen Sørensen anslår, at e-bogen vil fylde en femtedel af markedet om fem år.

"Det vil gå langsommere, både i forhold til, hvad man har set i USA, og hvordan det er gået i eksempelvis musikbranchen. I bogbranchen er det fysiske medie mere resistent end andre steder, og jeg vil gerne aflyse den traditionelle bogs død. Men der er ingen tvivl om, at e-bogen er et marked i kraftig vækst," fortæller Steffen Sørensen.

I alt blev der solgt eller lånt ca. 1,9 millioner e-bøger og lydbøger i 2012. Det er en stigning på 78,7 procent fra lidt over en million i 2011.

Ingen revolution i vaner

Niels Bjørn-Andersen, der er professor og ph.d. ved Institut for IT-ledelse på CBS peger på, at den digitale udvikling generelt ikke bare ændrer vores vaner med et fingerknips.

"Generelt har vi en tendens til at overvurdere konsekvensen af den teknologiske udvikling på den korte bane og

Nemmere at læse med e-bøger

En klar positiv virkning af digitaliseringen er, at e-bogen gør det nemmere at læse bøger. Teksten kan forstørres, og i mange e-readers er der mulighed for at vælge syntetisk tale til oplæsning af teksten. Epub3, som er den nyeste version af den internationale e-bogsstandard, rummer mange elementer, der gør e-bøgerne nemmere at navigere i og dermed tilgængelige også for ordblinde og svagtseende.

undervurdere den på den lange. Når der kommer noget nyt som e-bogen, vil opfindere og udbydere typisk overvurdere for at fremme salget. Samtidigt vil medierne gerne have overskrifter, og det får man, hvis man skriver, at noget går meget hurtigere eller meget langsommere, end man troede. Men der sker ikke en revolution af vores vaner med det samme. Det tager lang tid. Se bare, hvor lang tid det har taget for dankortet og almindelig e-handel at få fat i hele befolkningen. Til gengæld skal e-bogen nok få en stor betydning og rolle i fremtiden. Det vil bare tage lang tid," siger Niels Bjørn-Andersen.

De internationale spillere

I USA er e-bogen i langt højere grad nået ud i fjerne kroge af det store land. Frem til 2012 havde vækstraten i fire år i træk været på over 100 procent – hvert år. Men sidste år faldt væksten til 'kun'

34 procent. Nu er salget i USA efter år med store vækstrater tilsyneladende nået et punkt, hvor væksten stagnerer, og undersøgelser viser, at et flertal af amerikanerne stadig foretrækker papirbogen.

En af årsagerne til, at e-bogen alligevel spiller en større rolle i USA og til en vis grad også i England, skyldes især Amazon.com, der har lavet en bogportal, der er nem at bruge og overskue. Samtidig er engelsk et sprog, der tales over hele jorden, og det åbner op for digitalt salg i alle afkroge af verden.

Udenlandske aktører står i dag for omkring halvdelen af den digitale omsætning på e-bøger i Danmark, men den andel kan stige i fremtiden.

Konkurrence og muligheder

Og hvis man spørger Steffen Sørensen fra Publizon, står vi i en situation, hvor

branchen er ramt af en række forskellige udfordringer på samme tid, herunder internationalisering, liberalisering, individualisering og digitalisering.

"Man har og vil få mere konkurrence fra internationale, digitale platforme, som vil presse prisen. Men fremtiden rummer også en masse muligheder," mener Steffen Sørensen og fortsætter:

"Det handler om at tage forbrugerne alvorligt. Hvis forbrugerne efterspørger indhold på nogle bestemte medietyper, skal man tage det alvorligt og levere det. Forlagene skal heller ikke længere kun konkurrere indbyrdes. I stedet er man i konkurrence med alle andre medier og muligheder, folk har i dag."

Ny platform til udlån af e-bøger

Distributionselskabet Publizon lancerede i slutningen af 2012 portalen eBib.dk. Her kan man låne e-bøger, hvis ens bibliotek er tilsluttet ordningen. eBib.dk blev lanceret som en afløser for forsøgsprojektet eReolen, da forhandlingerne mellem Forlæggerforeningen og konsortiet bag eReolen brød sammen.

"eReolen har på mange måder været en succes, men udlånsmodellen viste sig at blokere for udviklingen af det kommercielle e-bogsmarked," fortæller direktør for Forlæggerforeningen, Christine Bødtcher-Hansen.

Bibliotekerne køber bøgerne hos eBib via en licensmodel, så der er loft over, hvor mange eksemplarer af en titel de kan udlåne samtidig. Alle danske forlag kan udlåne deres titler gennem eBib.dk, foreløbig er blandt andre Gads Forlag, Gyldendal, Lindhardt og Ringhof, JP/Politikens Forlag, Modtryk og DJØF Forlag med i ordningen.





Vi oplever en flytning i salget af læremidler fra analoge til digitale læremidler. Stigningen afspejler den digitalisering af folkeskolen, der foregår lige nu.

Ebbe Dam Nielsen, formand, Forlæggerforeningens Sektion for Undervisningsforlag

Tendens



Forlagenes bogsalg falder

Det digitale håb

Optimisme for skole- og lærebøger

Fagbøger i fald med lyspunkter

Salget af digitale læremidler får et boost

Der er kraftig vækst i salget af digitale læremidler. Forlagenes salg af trykte skole- og undervisningsbøger falder til gengæld. Det offentlige tilskud til indkøb af netop digitale læremidler slog for alvor igennem i fjerde kvartal 2012.

Skolebørn kommer fremover til at fylde skoledagene med lige dele fysiske bøger og digitale læremidler, som de bruger og logger på via deres computer, iPad eller smartphone. Regeringen har afsat op mod 500 millioner kroner fra 2012 til 2015 øremærket folkeskolernes indkøb af digitale læremidler. 50 millioner kroner af puljen blev frigjort i midten af 2012, og det kan aflæses i forlagenes omsætning for digitale udgivelser for 2012.

"Når de her statspenge kommer ind i markedet, så bliver det alt andet lige større. Vi oplever en flytning i salget af læremidler fra analoge til digitale læremidler," siger direktør for Alinea Ebbe Dam Nielsen, der er formand for Forlæggerforeningens Sektion for Undervisningsforlag.

En del af omsætningen på læremiddelområdet bliver altså flyttet fra trykte til digitale læremidler. Salget af trykte skole- og lærebøger er faldet med i alt

tre procent i 2012. Det svarer i kroner og ører til cirka 14,5 millioner kroner. Til gengæld er salget af 'digitale udgivelser direkte til slutbrugere' – dvs. blandt andet salg til skoler – steget endnu mere, nemlig med knapt 24 millioner kroner.

Direkte sammenhæng med pulje

Ebbe Dam Nielsen tolker den digitale stigning som en direkte afledning af den statslige pulje.

"Stigningen afspejler den digitalisering af folkeskolen, der foregår lige nu, hvor staten har bevilliget millioner øremærket indkøb af digitale læremidler," siger han. De offentlige støttekroner kom efter en lidt sløv start for alvor ud at arbejde i kommunerne i de sidste to kvartaler af 2012.

"Udmeldingen om puljen faldt sammen med sommerferien, hvor mange skoler havde indkøbt læremidler til det kommende skoleår. Kommunerne og branchen var godt informeret, men lærerne

Kort om tilskud til digitale læremidler

- Regeringen har afsat 500 millioner kroner til øget anvendelse af it i folkeskolen i perioden 2012-2015.
- Størstedelen af pengene er afsat til at støtte kommunernes indkøb af digitale læremidler. Kommunerne skal selv medfinansiere, hvad der mindst svarer til det statslige tilskud.
- Kommunerne kan fra 2013 få tilskud til at købe digitale læremidler i alle folkeskolens fag.
- UNI-C oplyser, at der indtil videre er udbetalt omkring 23 millioner kroner af puljen til 69 kommuner. 29 kommuners ansøgninger mangler fortsat at blive behandlet, da kommunerne løbende kan indsende ansøgninger til puljen.

Kilde: Ministeriet for Børn og Undervisning samt UNI-C

fik ikke nok information fra begyndelsen om mulighederne. Derfor ser vi først for alvor effekten af puljen i slutningen af året," påpeger Ebbe Dam Nielsen. Af samme grund blev der overført 20 millioner kroner fra 2012-puljen til 2013, hvor vi derfor for alvor kommer til at se effekten på salgstallene.

Fifty-fifty i 2016

Ebbe Dam Nielsen anslår, at fordelingen mellem analoge og digitale læremidler vil være fifty-fifty i 2016. Den statslige pulje til digitale læremidler kommer til at sætte direkte aftryk på salget af digitale læremidler frem til 2015, hvor den udløber. Puljen er med til at give digitaliseringen af folkeskolen et boost. Og det er ikke småpenge, der er i spil. I 2013 er der i alt afsat 200 millioner kroner til indkøb af digitale læremidler, hvis man lægger det statslige tilskud og kommunernes medfinansiering sammen.

Til sammenligning var hele det samlede lærebogsmarked for både digitale og analoge læremidler i 2012 264 millioner kroner, påpeger Ebbe Dam Nielsen.

"De her midler har en push-effekt for producenterne i forhold til at udvikle digitaliserede læremidler. Og det knokler forlagene med. Det er nu, pengene er der, og nu forlagene skal investere – og det gør de også," siger han.

Det er dog ikke al omsætningen på digitale læremidler, der kommer i forlagenes kasser her og nu. Når skolerne køber digitale læremidler, betaler de dem typisk via forskellige licensordninger, der løber over en årrække. Derfor bliver forlagenes indtjening på et digitalt læremiddel fordelt over nogle år, i modsætning til når de fx sælger et traditionelt klassesæt med fysiske bøger, som skolerne betaler, når de indkøber det.



Indhold ikke teknik

På de digitale produktioner har forlagene brug for nye kompetencer fx viden om at projektledere it-projekter og ikke mindst supportere læremidlerne, når de er udkommet.

"Det er noget nyt. Før har forlagene sluppet bøgerne, når de kom fra trykkeriet. Nu står de selv med det digitale distributionsansvar og skal være klar til at tage imod henvendelser fra kunderne, hvis tingene driller. Det er en stor opgave at gå ombord i," siger Ebbe Dam Nielsen og understreger, at det egentlig ikke er teknikken, der er interessant, men indholdet – hvad enten læremidlet er analogt eller digitalt.

"Det er indholdet, der flytter læring. I den forbindelse står forlagene både kendskabsmæssigt og troværdighedsmæssigt rigtig godt. Som forlag er man

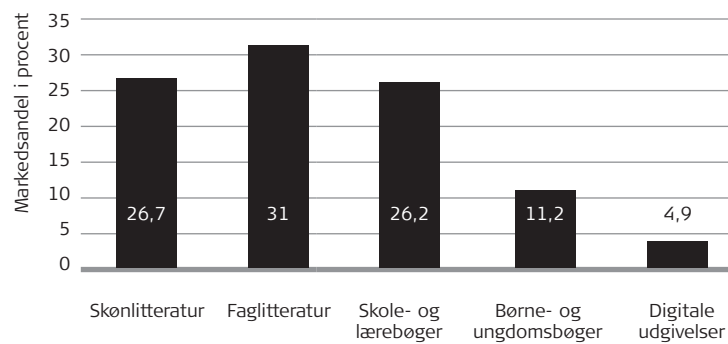
indholdsleverandør, og om platformen er analog eller digital er ikke afgørende. Vi skal bare gøre det godt på mediets præmisser," siger han.

Vi ved ikke, hvad der virker

Han peger på, at de digitale læremidler udgør et paradigmeskifte i forhold til at lære, fordi de rummer mange flere muligheder både i forhold til fx undervisningsdifferentiering og inklusion af elever med særlige behov. Men der mangler fortsat forskning på området.

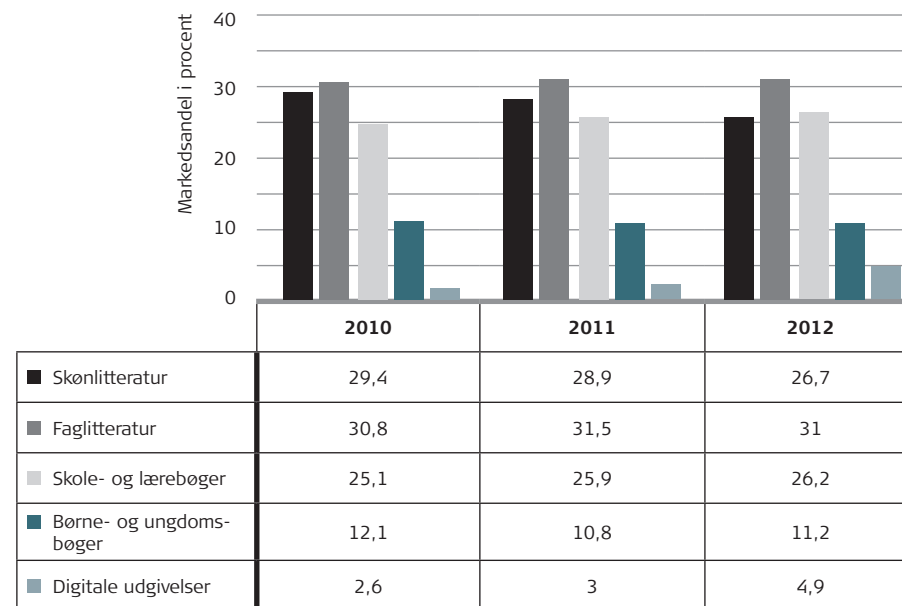
"Vi mangler fortsat forskning i, hvad der flytter læring, når vi taler digitale læremidler. Lige nu har vi ikke noget forskning, der indikerer, at det at have digitale læremidler er bedre for læringen. Min drøm er, at der bliver forsket i, hvad der virker, og at man på den baggrund kan komme med nogle anbefalinger til os producenter af læremidler," siger Ebbe Dam Nielsen.

Forlagenes omsætning i 2012 fordelt på genrer



Figur 6: Forlagenes omsætning i 2012 fordelt på genrer i procent

Forlagenes omsætning 2010-2012 fordelt på genrer



Figur 7: Udviklingen i forlagenes omsætning 2010-2012 fordelt på genrer i procent

Tendens



Forlagenes bogsalg falder

Det digitale håb

Optimisme for skole- og lærebøger

Fagbøger i fald med lyspunkter

Internettet udfordrer fagbøger

Salget af fagbøger falder. Internettet har overtaget ordbøger og opslagsværkers gamle funktion. Men genren udvikler sig og lever fortsat.

Forlagenes omsætning på fagbøger er faldet de seneste fire år. I 2009 var omsætningen på fagbøger 612,6 millioner kroner. De efterfølgende år var der et fald på henholdsvis 0,3 procent og 2,7 procent. I 2012 omsatte forlagene fagbøger for 560 millioner kroner. Det betyder, at der fra 2011 til 2012 er sket et samlet fald på 5,5 procent. Det er i kroner og ører et fald på 32,6 millioner kroner. Se figur 8 på side 22. Nedgangen på fagbogsområdet skyldes primært, at håndbøger og tunge opslagsværker, som traditionelt også hører under faglitteratur, har det rigtig svært. Den altoverskyggende årsag er, at internettet med al sin søgefleksibilitet og konstante opdateringer i højere og højere grad overtager rollen som danskernes foretrukne håndbog og opslagsværk.

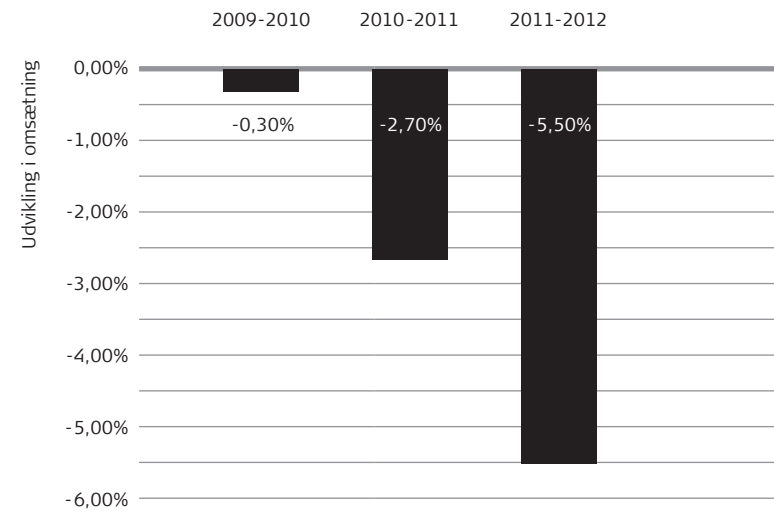
Sadler om til nettet

Som en konsekvens heraf har de forlag, der har siddet på en stor del af håndbogs- og leksikonmarkedet, sadlet om og satset på nye områder. Et eksempel på den tendens er JP/Politikens Forlag, der i mange år har været kendt for Politikens ordbøger og håndbøger.

Her har man gennem en årrække med succes drejet fokus og satser nu intenst på fx skønlitteraturen og det digitale. Forlaget har inden for de sidste år lukket nogle af de sidste helt store håndbogs-klassikere ned fx 'Hvem Hvad Hvor' og 'Hvad kan jeg blive', ligesom den trykte ordbogsdel næsten er væk og erstattet med et samarbejde med ordbogen.com om abonnementsbaseret adgang til ordbøgerne.



Ændring i forlagenes omsætning af faglitteratur



Figur 8: Ændringen i forlagenes omsætning af faglitteratur 2009-2012



**Først og fremmest skyldes
succesen, at Peter Lund Madsen
har skrevet en god bog.
Ellers går det ikke.**

Ole Knudsen, udviklingschef, Gyldendal

Kloge kendte sælger flere fagbøger

Stor viden, fortællekraft og et kendt navn som afsender. Det er en del af opskriften på nogle af sidste års mest populære fagbøger, hvor forfattere som hjerneforsker Peter Lund Madsen og stenalderkok Thomas Rode solgte tusindvis af bøger. Den vigtigste fagbogsingrediens er dog fortsat, at man har noget på hjerte.

Selv om hjerneforskning i disse år er kommet højere op på dagsordenen, er det stadig noget af en overraskelse, at en bog om netop det emne har været en af årets mest solgte fagbøger. Og den sælger stadig. Peter Lund Madsens 'Dr. Zukaroffs testamente' har til dato solgt over 27.000 eksemplarer, og dens succes er udtryk for en positiv tendens: Hvis man har det rette navn og en god fortælling, kan man stadig sælge – mange – fagbøger i Danmark.

Det går ikke uden en god historie

Så selvom forlagenes generelle salg af fagbøger falder, kan kendte mennesker med stor viden inden for deres område stadig trække masser af bogkøbere og læsere til. En tendens, der også går igen på nabomarkederne i Sverige og England. Det forklarer udviklingschef på Gyldendal, Ole Knudsen, der har været redaktør på Peter Lund Madsens bog. "Først og fremmest skyldes succesen, at han har skrevet en god bog. Ellers

går det ikke. Han har arbejdet på den i mere end fem år. Samtidigt hjælper det, at han er kendt og populær. Navnet i sig selv er ikke nok, men kombinationen af en god historie og et navn er rigtig stærk i disse år."

Større salgstal på enkelttitler

En afgørende tendens på fagbogsområdet lige nu er, at det er færre titler, der trækker læsset. Ligesom inden for skønlitteratur er salgssucceserne koncentreret om færre titler, som så til gengæld opnår meget højere salgstal pr. titel, end vi har set før. Det betyder, at en stærk forfatterprofil er endnu vigtigere nu, forklarer Cliff Hansen, direktør for forretningsudvikling hos Lindhardt & Ringhof.

"Et godt navn kan virkelig løfte en titel. Et eksempel kunne være en traditionel havebog, der som udgangspunkt ville sælge i et begrænset antal eksemplarer. Men hvis du kan afgrænse den til et

tema – fx roser og så koble et navn på, som vi fx så med Ghita Nørby og 'Ghitas roser', så er markedet pludselig meget større.”

Og det er ikke kun personligheder og kendisnavne, der øger bogsalget. Samarbejde med andre brands og tv- eller filmfænomener kan have samme effekt. Det kan være bøger med udgangspunkt i programmer i fjernsynet fra 'Forbrydelsen' til børnebøger om 'Kaj og Andrea' eller film, som vi ser det med 'Twilight-sagen' eller 'Beautiful Creatures'. Det kan også være samarbejde med firmaer, som fx kan føre til en grillkøgebog udgivet i samarbejde med grill-virksomheden Weber.

Opfindsomhed kan genoplive genrer

På trods af at nettet i disse år har skærpet konkurrencen og gjort det svært at sælge eksempelvis håndbøger, skal

man ifølge Cliff Hansen passe på med at dødsdømme hele genrer og formater. For pludselig får de et comeback. Aarhus Universitetsforlag har fx haft succes med rejsebogsserien 'Vide verden', hvor kendte fortæller om forskellige storbyer.

”Hvis et forlag og en god redaktør finder en ny måde at skære stoffet på, kan det stadig lykkes at skabe en succes. 'Vide verden' er dygtigt boghåndværk i en tid, hvor markedet for guider og rejsebøger ellers i højere grad bliver digitalt,” siger Cliff Hansen.

Ingen formel for vilde ideer

Selv om opskriften kan lyde simpel, advarer både Ole Knudsen og Cliff Hansen om at udnytte brugen af kendte. For få år tilbage så man et boom i antallet af biografier. Og på et tidspunkt blev det nærmest vandet ud, fortæller Ole Knudsen.

”Det er vigtigt, at personen vitterligt kan fortælle noget. Folk efterspørger nogen, der har noget at sige på deres fagområde. Det kan ikke være om hvad som helst.”

Cliff Hansen understreger også, at selv om det er fristende i krisetider at lade regnearket bestemme, er det netop i forlagsbranchen en forkert vej at gå.

”Tallene kan ikke fortælle dig som forlag, hvad der bliver den næste succes. Vi bliver til stadighed overraskede. Godt forlagshåndværk handler om engagement og gode, vilde ideer. Det handler om at kombinere kreativitet og forretningsforståelse. Og det kan du ikke sætte på formel. Så simpelt er det.”



Tallene kan ikke fortælle, hvad der bliver den næste succes. Det handler om at kombinere kreativitet og forretningsforståelse. Det kan du ikke sætte på formel. Så simpelt er det.

Cliff Hansen, direktør for forretningsudvikling, Lindhardt & Ringhof

Kort om Forlæggerforeningen

Forlagenes talerør: Hvad gør vi, og hvad vil vi?

Forlæggerforeningen er en interesseorganisation for forlag i Danmark. Vi er forlagenes fælles talerør over for politikere, myndigheder, presse og offentlighed. Vi har i øjeblikket 54 medlemsforlag, der spænder fra de mindste til de største i branchen.

Forlæggerforeningen skal synliggøre forlagenes betydning for, at der bliver skabt og udbredt mangfoldig og kvalitetspræget litteratur og undervisningsmaterialer.

Forlæggerforeningens formål er at fremme medlemsforlagenes fælles interesser. Det sker blandt andet ved at skaffe medlemsforlagene indflydelse på og information om lovgivning og andre forhold, som er væsentlige for forlagsområdet. Det gælder både lovgivning i Danmark og internationalt fx i EU-regi via vores arbejde i den europæiske og den internationale forlæggerforening.

Overskrifterne for Forlæggerforeningens arbejde er:

- Sikre en stærk ophavsret
- Forhindre offentlig konkurrenceforvridning
- Støtte litteraturpolitiske tiltag
- Fremme forlagsproducerede undervisningsmidler
- Kollektiv forvaltning af forlagenes rettigheder gennem Copydan Tekst & Node
- Repræsentation i offentlige og private organer, som påvirker vilkårene for forlagenes arbejde
- Udarbejde statistikker for forlagsbranchen
- Håndhæve forlagenes rettigheder
- Lave fælles kommercielle brancheinitiativer
- Sikre information, dialog og videndeling

Læs mere om Forlæggerforeningen på www.danskeforlag.dk, hvor du også finder information om alle vores medlemsforlag.

