

SVENSKA INNEHÅLLS TJÄNSTER

I DEN DIGITALA EKONOMIN

Fokus: den digitala boken

Svenska innehållstjänster i den digitala ekonomin

Fokus: den digitala boken

Maj 2011

Rapporten kan beställas från:
Svenska Förläggare AB
Drottninggatan 97
113 60 STOCKHOLM
tfn 08-736 19 40
info@forlaggare.se

© Författarna och Svenska Förläggareföreningen
Grafisk form Majbritt Hagdahl
Tryckt hos AMO-Tryck, Solna 2011
Stockholm maj 2011
ISBN 978-91-976730-0-6

INNEHÅLL

Förord	5
Sammanfattning	6
1. Bakgrund – en samlad bild av den svenska marknaden för digitala innehållstjänster	7
2. Medverkande företag	9
3. Marknadens storlek	11
3.1 Svenska digitala innehållstjänster sysselsätter cirka 11 000 personer	11
3.2 Omsättningen på marknaden för digitala innehållstjänster uppskattas till cirka 3,1 miljarder kronor	12
4. Framtidspotential för jobb och tillväxt	13
4.1 Sex av tio företag på marknaden för digitala innehållstjänster planerar att nyanställa under 2011	13
4.2 Stor efterfrågan för digitala innehållstjänster på den svenska marknaden 2011	14
4.3 Potential för mer än en fördubbling av marknaden fram till utgången av 2013	14
4.4 Potential för 6 000 nya jobb inom sektorn fram till utgången av 2013	16
4.5 Digitala musiktjänster världsledande	17
5. Tillväxtfaktorer och marknadsaktörernas inflytande	18
5.1 Konkurrenter och politiker har störst inflytande över utvecklingen	18
5.2 Fyra av tio företag anser att den illegala konkurrensen håller tillbaka tillväxtmöjligheterna	19
5.3 Låg förståelse för branschens utmaningar bland politiker	19
5.4 Frågor som företagen i undersökningen skulle vilja ställa till svenska politiker	20
FOKUS: DEN DIGITALA BOKEN	
Digital försäljning av böcker på uppgång	23
Introduktion och definition	23
Nya bokformat under snabb utveckling	23
En mångfald av läsverktyg och hård konkurrens	24
Den digitala bokmarknaden har stor utvecklingspotential i Sverige	24
"Den yngre generationen har snabbt vant sig att läsa på skärm"	25
"Vi kan sälja 1,5–3 miljoner böcker om året"	27
Utvecklingen i USA är ett föredöme	27
Utmaningar återstår	28
Digitaliseringen kan skapa fler läsare	29
<i>Intervju med Richard Mollet, VD Publishers Association i Storbritannien</i>	
Avslutande kommentarer	31
Om Netopia	32
Om Svenska Förläggareföreningen	32

Förord

Det sägs ofta att internets möjligheter är fantastiska. Och det är de ju. Men internet är inte längre något nytt. Vi har levt med world wide web i snart två decennier och även om utvecklingen sker snabbt så har vi nu också fått många viktiga erfarenheter av den nya förunderliga världen av digital kommunikation.

Allt fler delar av livet och samhället har digitala skepnader. Arbetslivet, privatlivet, politiken, myndigheterna, kulturen och rent av kärlekslivet har någon slags närvaro på nätet. Den här rapporten syftar till att synliggöra villkoren för de företag som säljer olika typer av material och innehåll – ”content” – via internet.

Det är hög tid att tala om detta som en bransch och en marknad med unika förutsättningar. Den här typen av verksamhet har funnits sedan webben blev tillgänglig för allmänheten. Ett exempel på det är e-boken – den digitala, flytande texten – som just nu kan sägas vara inne i en andra vår. Stephen Kings *Riding the Bullet* var den första e-boken och utkom i januari 2000. Sedan dess har läsplattor, digitala butiker och anpassade marknadsföringskanaler tillkommit för såväl digital nedladdningsbar text som den numera helt etablerade digitala ljudboken.

Sammantaget har utvecklingen hunnit ikapp e-boken och i dag är den en viktig del av många bokförlags verksamhet. Årets upplaga av denna rapport, som är ett samarbete mellan Svenska Förläggareföreningen och Netopia, har fokus på just den digitala marknaden för böcker. Men rapporten tar också upp villkoren för andra typer av digitalt innehåll som säljs via internet. De har en tydlig sak gemensam. De har framtiden för sig.

Per Strömbäck
Netopia

Kristina Ahlinder
Svenska Förläggareföreningen

- Denna rapport har tagits fram i syfte att beskriva den svenska marknaden för digitala innehållstjänster – storlek, potential för sysselsättning och tillväxt samt vilka utmaningar den står inför. Den definition av nätmarknaden som används i rapporten utgår ifrån tjänster som levererar digitalt innehåll över internet och som har det som en del av sin kärnverksamhet. Företagen måste ha verksamhet i Sverige och rikta sig till svenska konsumenter.
- Rapporten baseras på svaren i en enkät där totalt tjugofyra företag verksamma på den digitala innehållsmarknaden medverkar. Företagen är verksamma inom sju olika marknadssegment; dataspel, programvaror, film, nättidningar, böcker (e-böcker och ljudböcker), musik och TV.
- Företagen har bland annat ombetts att uppskatta den totala omsättningen och det totala antalet anställda inom respektive marknadssegment. I likhet med förra årets undersökning, genomförd av Netopia¹, varierade uppskattningarna kraftigt mellan företagen, vilket sannolikt är ett resultat av bristen på vedertagna definitioner av marknaden.
- En sammanvägning av uppskattningarna visar att den svenska marknaden för digitala innehållstjänster i dagsläget omsätter cirka 3,1 miljarder kronor och sysselsätter drygt 11 000 personer. En jämförelse med 2010 års uppskattningar visar att marknaden vuxit med ca 9,9 procent sedan 2009, men att sysselsättningen är ungefär den samma.
- Företagen i undersökningen har stark framtidstro. Sex av tio företag planerar att nyanställa under 2011 och åtta av tio bedömer att efterfrågan för digitala innehållstjänster på den svenska marknaden kommer att vara god eller mycket god under 2011. Givet att marknadsförutsättningarna är de rätta bedömer företagen att marknaden för digitala innehållstjänster skulle kunna växa med 118 procent fram till utgången av 2013, samt att sysselsättningen skulle kunna växa med cirka 55 procent under samma period.
- Fyra av tio företag i rapporten uppger att den olagliga konkurrensen i form av exempelvis sajter som tillhandahåller piratkopierat material hindrar tillväxtmöjligheterna mycket eller ganska mycket.
- Den övergripande bilden bland företagen i rapporten är att den svenska marknaden för digitala innehållstjänster står sig förhållandevis väl i en europeisk jämförelse, men av de undersökta marknadssegmenten är det endast marknaden för digitala musiktjänster som i stor utsträckning uppges vara världsledande. Detta i kontrast till exempelvis marknaden för digitala boktjänster som uppfattas tillhöra mellanskiktet i Europa.
- Företagen i undersökningen bedömer att konkurrenter och politiker har det största inflytandet över spelreglerna i den digitala ekonomin. Sju av tio av de tillfrågade företagen anser dock att politiker i Sverige generellt har en dålig eller mycket dålig förståelse för vad som krävs för att marknaden ska nå sin fulla potential.

1. Netopia, *Den svenska nätmarknaden 2010*, (2010).

För ett år sedan publicerade Netopia rapporten *Den svenska nätmarknaden 2010*.

böcker och ljudböcker, mjukvara/programvara, nättidningar, GPS, kartor, dokumentmallar, vädertjänster, ringsignaler, språkkurser etc.

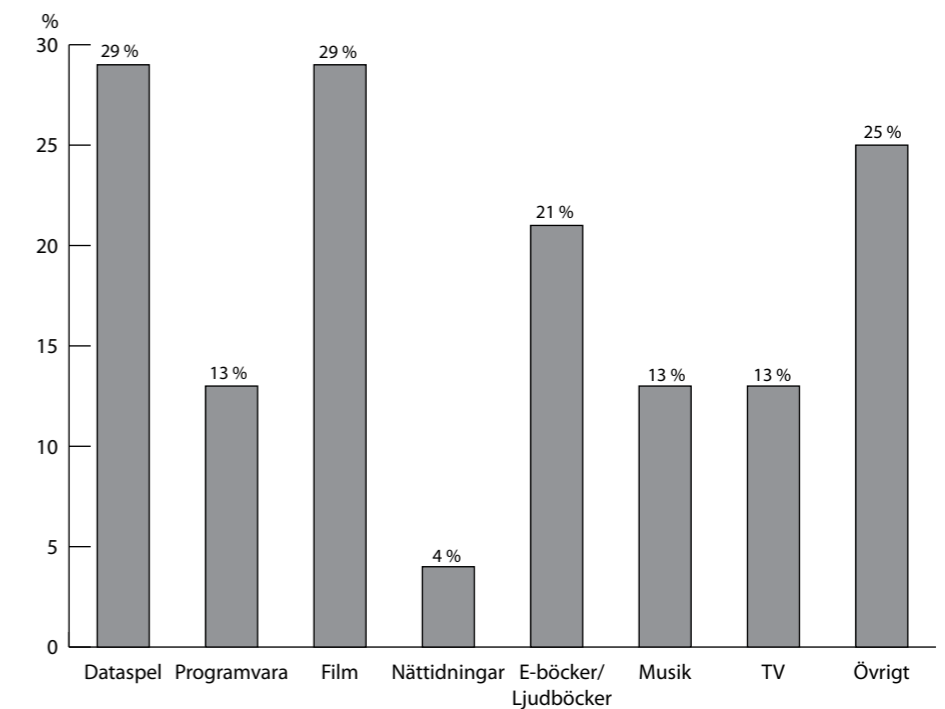
Företagen som deltagit i undersökningen har därför valts ut i enlighet med följande kriterier:

- Företaget måste ha försäljning av digitalt innehåll över internet som en del av sin kärnverksamhet.
- Tjänsten måste vara helt digital och tillgängliggöras via internet. Företag som endast säljer fysiska produkter över internet har inte tagits med.
- Företaget måste rikta sig till svenska konsumenter, men kan även vara aktivt på andra marknader.
- Företaget måste vara registrerat i Sverige. Större utländska företag som bedriver verksamhet i Sverige genom ett svenskt dotterbolag har också tagits med.

2. Medverkande företag

Totalt 50 olika företag tillfrågades om att delta i undersökningen – allt från stora internationella företag med ett brett utbud av tjänster, till mindre och lokala företag specialiserade inom en typ av tjänst. Av dessa valde tjugofyra stycken att delta i undersökningen.

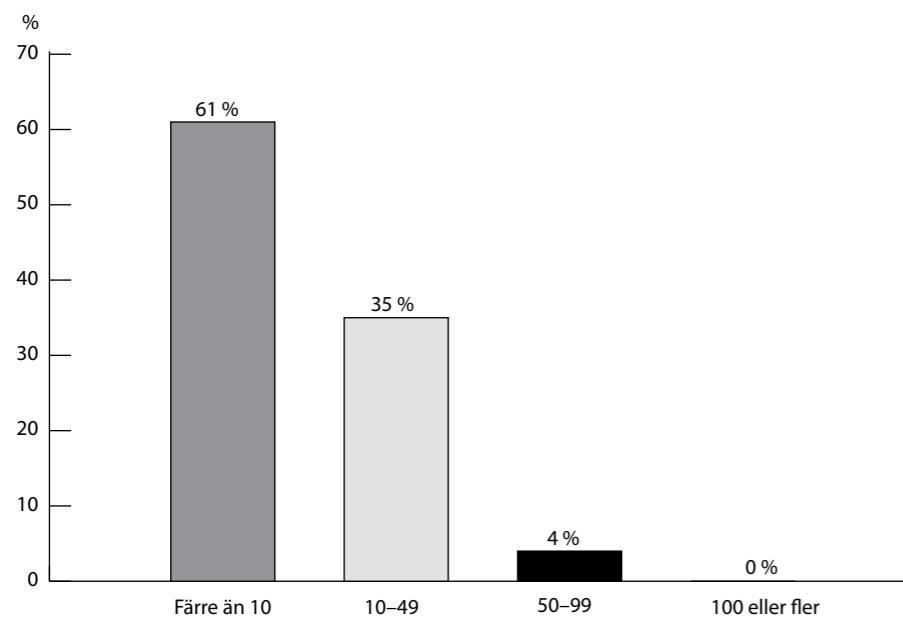
Fördelning av företagen i undersökningen



Företagen är verksamma inom sju olika marknadssegment: dataspel, programvaror, film, nättidningar, böcker (nedladdningsbara eller strömmande e-böcker och ljudböcker), musik och TV. Utöver dessa så finns det även en övrigt-kategori där företag som tillhandahåller andra typer av digitalt innehåll, exempelvis digitala sjukkort, dokumentmallar eller språkkurser över nätet, ingår. Urvalet av företag togs fram med utgångspunkt i att skapa en så bred bild av marknaden som möjligt. I diagrammet här intill framgår fördelningen av de medverkande företagen över de olika kategorierna. Flera av aktörerna i undersökningen tillhandahåller mer än en typ av innehåll, vilket förklarar varför summan är större än 100 procent.

Majoriteten av företagen som valde att delta i undersökningen har en förhållandevis liten verksamhet inom digitala innehållstjänster. Sex av tio företag har färre än tio anställda medan endast 4,3 procent av företagen uppger att de har en personalstyrka som omfattar 50–99 anställda.

Antal anställda i de medverkande förlagen



3. Marknadens storlek

För att skapa en bild av hur den svenska marknaden för digitala innehållstjänster ser ut i dagsläget, inte minst hur stor den är och hur många människor den sysselsätter, tar denna rapport sin utgångspunkt i uppskattningar gjorda av företag som själva är verksamma på marknaden. Dessa företag bör vara särskilt väl lämpade att göra denna typ av uppskattningar med tanke på deras inblick i hur marknaden fungerar och hur konkurrensläget ser ut.

Företagen i undersökningen ombads att själva uppskatta total omsättning och antalet sysselsatta inom sitt/sina specifika marknadssegment. Uppskattningarna i årets enkät utgår från resultaten i förra årets rapport och företagen har fått bedöma förändringen jämfört med förra årets uppskattning. Utifrån detta beräknades ett genomsnitt för respektive segment (rensat för alltför avvikande uppskattningar). Genomsnitten för de olika segmenten summerades sedan för att på så sätt skapa en uppskattning av storleken och sysselsättningen på nätmarknaden som helhet. Övrigt-kategorin togs dock inte med i denna beräkning då uppskattningarna inom denna kategori gäller olika marknadssegment.

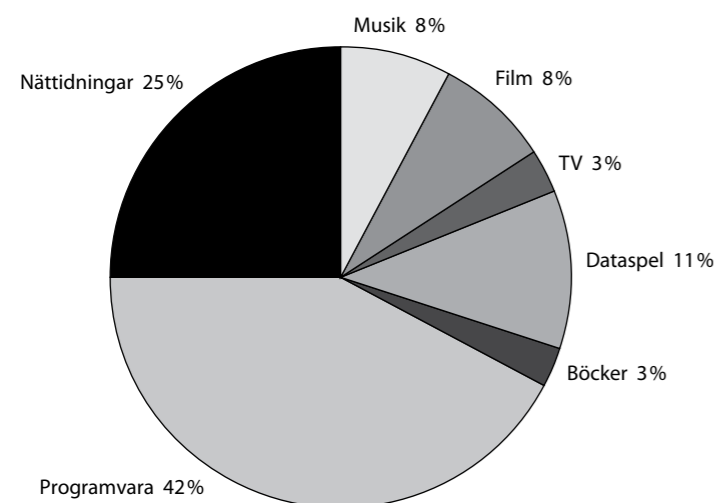
Uppskattningarna inom respektive marknadssegment var spretiga och varierade kraftigt i storlek. Detta är sannolikt ett resultat av att marknaden är relativt ung och den begränsade tillgången på aktuella marknadsuppskattningar som påtalades ovan. Den valda metoden har också svagheter vad gäller precision i uppskattningarna samt osäkerhetsfaktorer som till exempel hur de medverkande företagen definierar marknaden. Det bör också tilläggas att uppskattningarna sannolikt är i underkant då de endast innefattar de sju definierade marknadssegmenten (och inte övrigt-kategorin).

Nedan redovisas resultaten av företagens uppskattningar för marknadsstorlek och total sysselsättning i branschen.

3.1 Svenska digitala innehållstjänster sysselsätter cirka 11 000 personer

Företagen i undersökningen uppskattar att omkring 11 000 personer jobbar med svenska digitala innehållstjänster i dagsläget. Uppskattningen är densamma som i förra årets rapport vilket tyder på att det inte skett någon väsentlig sysselsättnings-tillväxt under året. Sektorn är fortsatt liten i termer av antalet arbetstillfällen, som kan jämföras med den svenska finansiella sektorn som sysselsätter över 140 000 personer. Det är således förväntad tillväxt och innovationsgrad snarare än dagens storlek som gör denna bransch intressant.

Den totala marknaden för digitala innehållstjänster på nätet
3 150 MSEK 2010



3.2 Omsättningen på marknaden för digitala innehållstjänster uppskattas till cirka 3,1 miljarder kronor

Den totala omsättningen på den svenska marknaden för digitala innehållstjänster beräknas utifrån uppskattningarna uppgå till 3,1 miljarder kronor för 2011. En jämförelse med 2010 års uppskattningar visar att marknaden vuxit med ca 9,9 procent sedan 2009. Programvarutjänster står för den största delen av marknaden, 42 procent, följt av nättidningar som står för 25 procent. TV- och boktjänster står för den minsta andelen av marknaden med 3 procent vardera. Fördelningen mellan branscherna ser i stort ut som förra året, även om musik- och nättidningars andel av den totala marknaden för digitala innehållstjänster på nätet vuxit något.

Att programvarutjänster är betydligt större än de andra marknadssegmenten sett till omsättningen kan sannolikt förklaras av dess nära koppling till IT-sektorn. Det är också värt att återigen notera nättidningarnas förhållandevis stora andel på 25 procent. Som beskrivits i förra årets rapport så kommer merparten av omsättningen i detta segment från annonsintäkter. Att den utgör en så stor andel av den totala omsättningen indikerar nätmarknadens stora beroende av intäkter från annonsörer. Detta kan i sin tur ses som ett resultat av att tillgången på alternativa och fungerande betalningsmodeller fortfarande är bristfällig. Det faktum att nyheter på nätet är en färskvara gör också dessa tjänster mindre känsliga för piratkopiering, vilket kan förklara den svaga ställningen för musik-, film- och boktjänster på nätet.

Även om nätmarknaden i dagsläget är förhållandevis liten ger företagen i undersökningen en mycket positiv tillväxtprognos för de kommande åren. Detta behandlas närmre i nästa avsnitt.

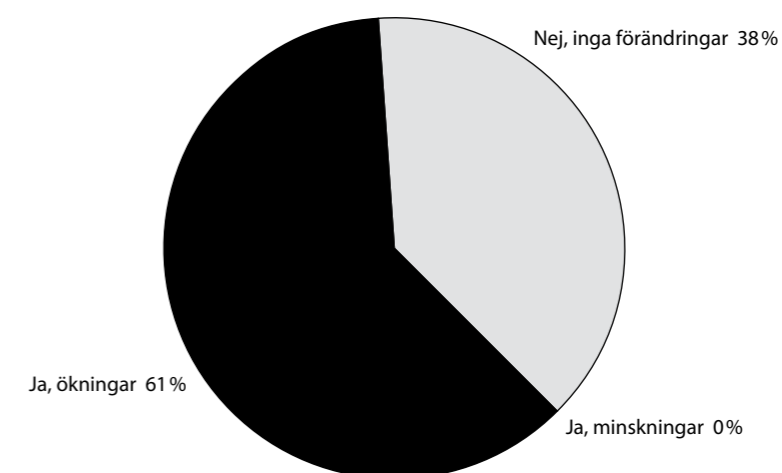
4. Framtidspotential för jobb och tillväxt

För att skapa en bild av hur branschens sysselsättningspotential ser ut på kort sikt ombads företagen uppge om de avser göra några förändringar av personalstyrkan under 2011.

4.1 Sex av tio företag på marknaden för digitala innehållstjänster planerar att nyanställa under 2011

Den största delen, 61 procent, uppgav att de planerar att öka personalstyrkan under 2011. Inget av företagen uppgav att de planerar att minska personalstyrkan under 2011.

Planerade förändringar av personalstyrkan under 2011

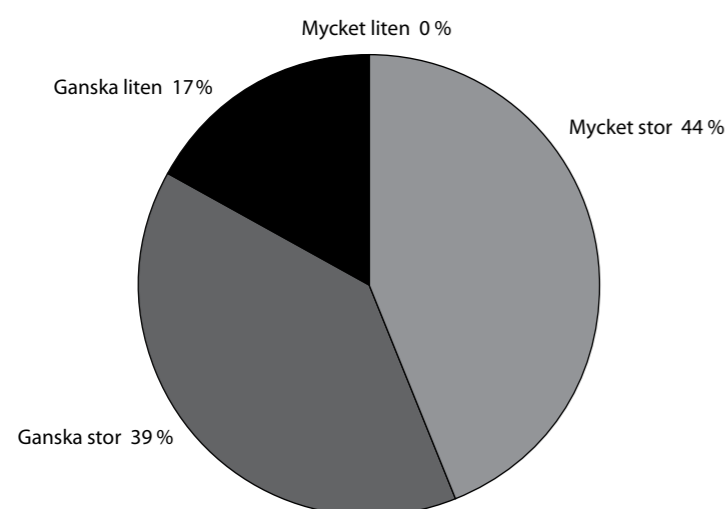


Det faktum att många företag med verksamhet inom digitala innehållstjänster väntas expandera personalstyrkan under det närmaste året indikerar att detta är en sektor med tydliga tillväxtpotentialer.

4.2 Stor efterfrågan för digitala innehållstjänster på den svenska marknaden 2011

Åtta av tio företag bedömer att efterfrågan för de digitala tjänsterna de tillhandahåller kommer vara ganska eller mycket stor under 2011. Endast 17 procent av de tillfrågade företagen uppger att efterfrågan kommer att vara ganska liten.

Efterfrågan för digitala innehållstjänster på den svenska marknaden 2011



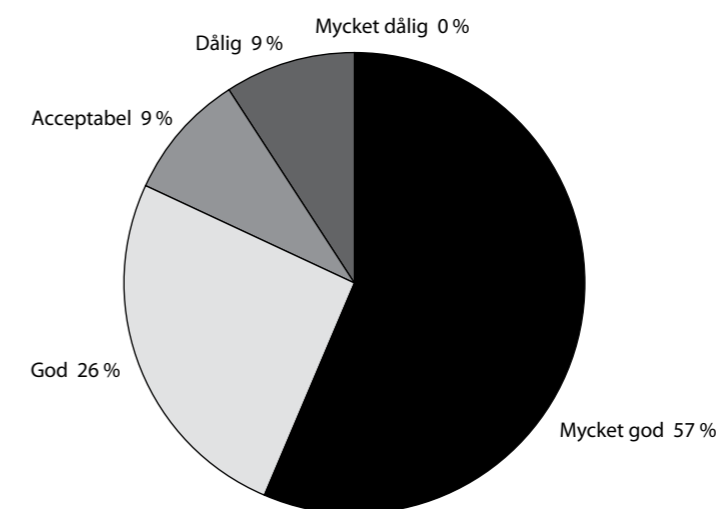
4.3 Potential för mer än en fördubbling av marknaden fram till utgången av 2013

Potentialen för tillväxt och sysselsättning på den svenska marknaden för digitala innehållstjänster är betydande inte minst ur ett långsiktigt perspektiv. I likhet med förra årets rapport så har företagen i undersökningen generellt en mycket positiv syn på framtiden och drygt åtta av tio företag bedömer att det egna företagets marknadspotential är god eller mycket god de närmsta tre åren. Endast 9 procent bedömer sin utvecklingspotential som dålig.

Givet att förutsättningarna på nätmarknaden utvecklas på bästa sätt så bedömer företagen i undersökningen att marknaden för digitala innehållstjänster skulle kunna öka omsättningen med 118 procent under de kommande tre åren.² Utifrån den uppskattningen skulle marknaden totalt omsätta omkring 6,9 miljarder kronor år 2013. Det rör sig således om en betydande tillväxtpotential även om den uppskattas vara väsentligt lägre än föregående år då marknaden uppskattades

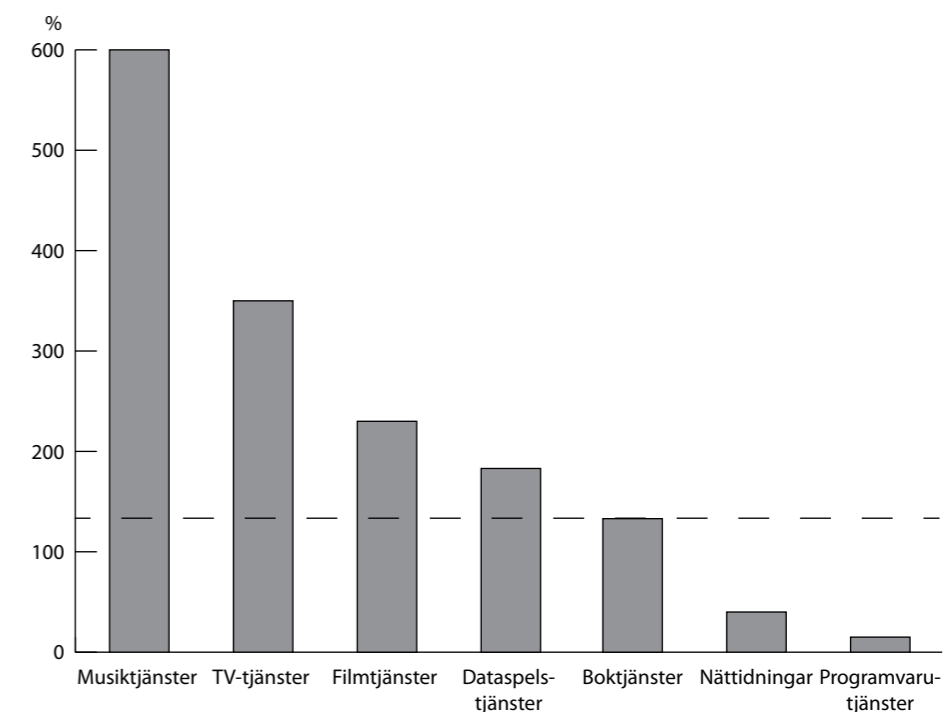
2. Baserat på företagens genomsnittliga uppskattningar inom respektive marknadssegment.

Uppskattad utvecklingspotential under kommande tre åren



kunna växa med cirka 200 procent fram till 2012. Precis som för marknadsuppskattningarna i avsnitt tre så varierar uppskattningar för tillväxtpotentialen såväl inom respektive marknadssegment som mellan de enskilda företagen, vilket ger en osäkerhet.

Uppskattad tillväxt i omsättning till och med 2013



4.4 Potential för 6 000 nya jobb inom sektorn fram till utgången av 2013

Företagen i undersökningen bedömer att antalet anställda skulle kunna växa med 55 procent på tre år.³ Det innebär totalt drygt 6 000 nya jobb år 2013 och en sammanlagd sysselsättning på cirka 17 000 personer. Uppskattningarna av tillväxtpotentialen har dämpats något sedan föregående år då den uppskattades till cirka 91 procent fram till 2012.

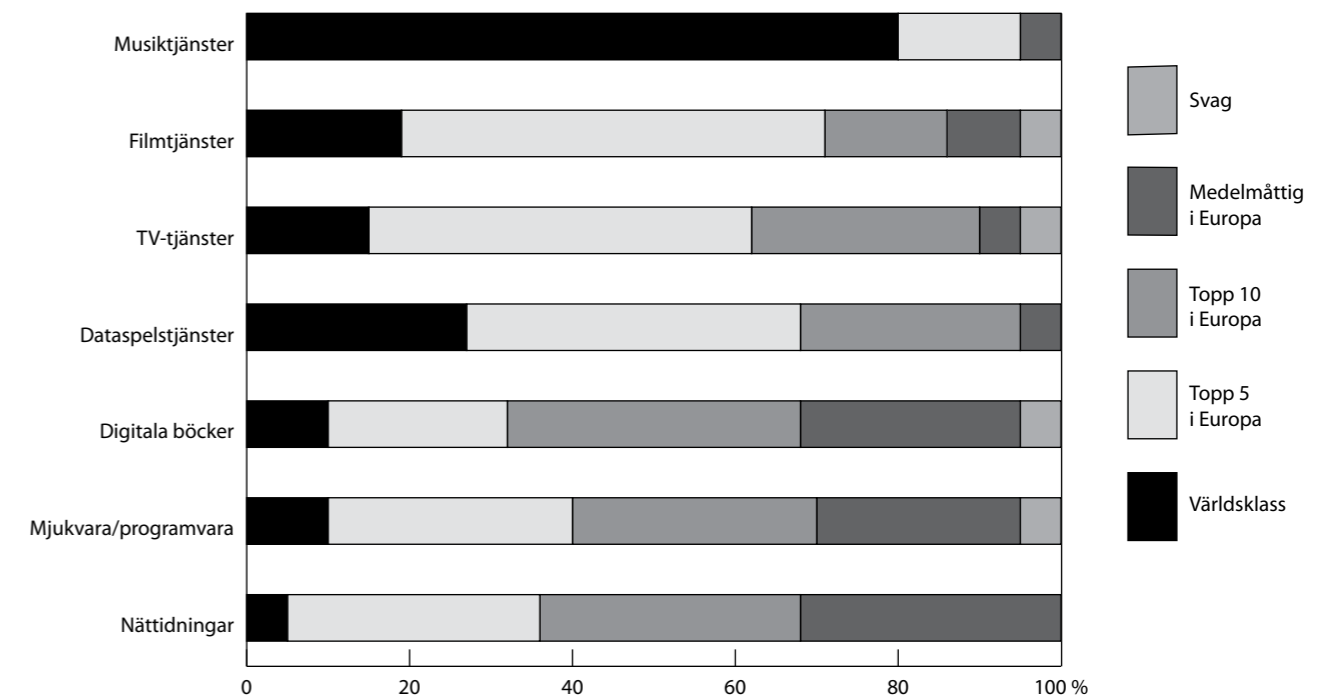
Företagen som tillhandahåller digitala TV-tjänster och musiktjänster är de som ser mest optimistiskt på tillväxtpotentialen de kommande tre åren. Omsättningen inom digitala musiktjänster uppskattas kunna öka med 600 procent fram till utgången av 2013 och antalet anställda uppskattas kunna öka med 375 procent under samma period, motsvarande nästan 3 500 arbetstillfällen. TV-tjänstföretagen ser en tillväxtpotential för omsättningen på 350 procent, samt en potential för tillväxt i sysselsättningen på 110 procent fram till 2013. Detta kan jämföras med regeringens prognos i *2011 års ekonomiska vårproposition* där den svenska ekonomin väntas växa med sammanlagt cirka 10 procent under motsvarande period. Framtidspotentialen på marknaden är således betydande.

Trots de goda framtidsutsikterna står dock sektorn inför ett flertal utmaningar som riskerar att hämma potentialen för tillväxt och jobbskapande. Dessa utmaningar behandlas närmre i nästa avsnitt.

4.5 Digitala musiktjänster världsledande

Den övergripande bilden bland företagen i rapporten är att den svenska marknaden för digitala innehållstjänster står sig förhållandevis väl i en europeisk konkurrens, men av de undersökta marknadssegmenten är det endast marknaden för digitala musiktjänster som i stor utsträckning uppges vara världsledande. Detta i kontrast till exempelvis marknaden för digitala boktjänster som uppfattas tillhöra mellanskiktet i Europa.

Utifrån ett internationellt perspektiv, hur skulle du ranka utvecklingen på den svenska marknaden för följande digitala tjänster?



3. Baserat på företagens genomsnittliga uppskattningar inom respektive marknadssegment.

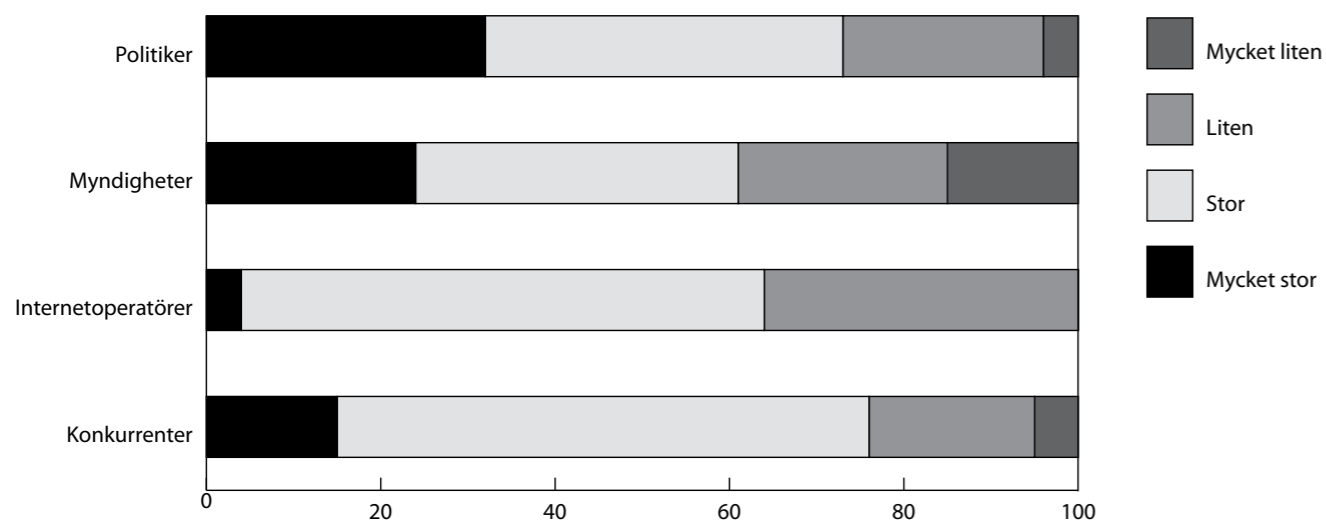
5. Tillväxtfaktorer och marknadsaktörernas inflytande

Som konstaterats tidigare så ser aktörerna på den svenska nätmarknaden mycket positivt på potentialen för att skapa tillväxt och arbetstillfällen. I syfte att identifiera vilka aktörer som har särskilt stor makt över utvecklingen ombads företagen att bedöma inflytandet för ett antal olika aktörer på den svenska nätmarknaden. Resultatet framgår i diagrammet nedan.

5.1 Konkurrenter och politiker har störst inflytande över utvecklingen

Konkurrenter och politiker anses vara de aktörer som har störst makt över utvecklingen på den svenska marknaden för digitala innehållstjänster. Över hälften av företagen i undersökningen anser att internetoperatörerna har stor eller mycket stor makt över förutsättningarna på den svenska nätmarknaden.

Hur stor makt att sätta spelreglerna på den svenska marknaden för digitala innehållstjänster bedömer du att följande aktörer har?



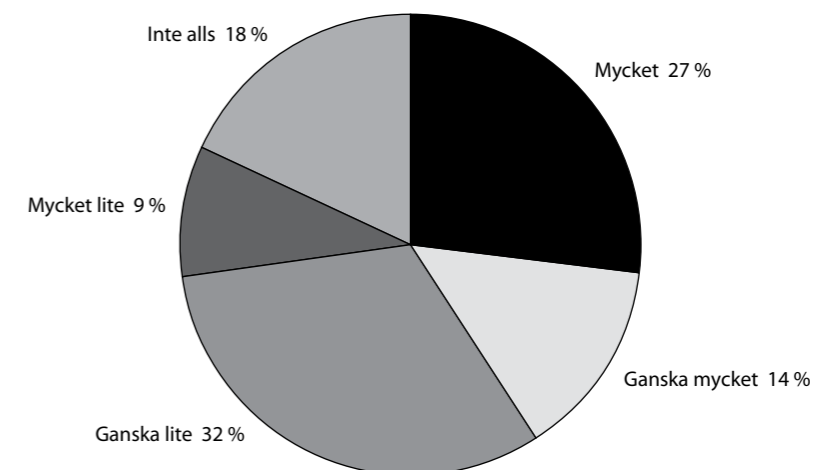
Det faktum att politiker tillskrivs ett stort inflytande över utvecklingen på den digitala marknaden tyder på att flera av de utmaningar som den digitala innehållssektorn står inför är kopplade till regulatoriska frågor, såsom exempelvis reglering för att stärka immaterialrättsskyddet på internet (se nästa fråga).

5.2 Fyra av tio företag anser att den illegala konkurrensen håller tillbaka tillväxtmöjligheterna

Bland företagen i undersökningen anser nästan hälften, 41 procent, att deras tillväxtmöjligheter påverkas mycket eller ganska mycket av den illegala konkurrensen, i form av exempelvis sajter som tillhandahåller piratkopierat material. Endast 18 procent uppger att de inte påverkas alls.

Den stora andelen företag som betraktar den olagliga fildelningen som ett hinder för tillväxtmöjligheterna kan tolkas som att arbetet med att stävja den illegala konkurrensen är centralt för att främja utvecklingen av en fungerande nätmarknad för lagliga innehållstjänster.

Hur mycket påverkas dina tillväxtmöjligheter av den illegala konkurrensen?

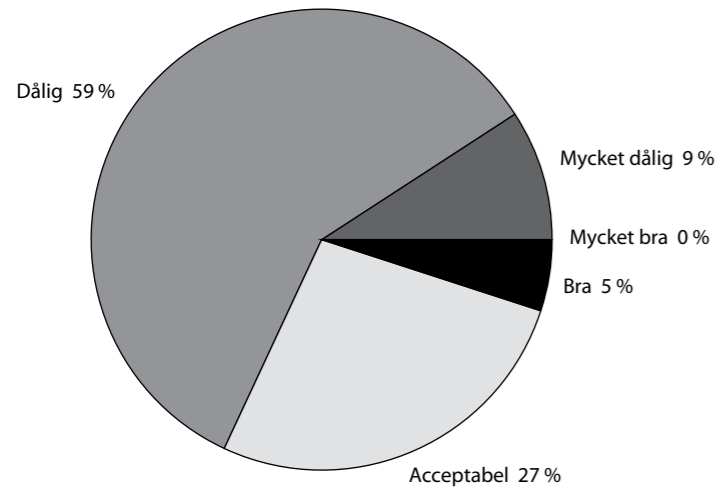


5.3 Låg förståelse för branschens utmaningar bland politiker

Inte ett enda av de svarande företagen tycker att politiker i Sverige har en mycket bra förståelse för vad som krävs för att deras marknad ska nå sin fulla potential. Istället anser sju av tio att politikerna har en dålig eller mycket dålig förståelse.

Som tidigare visats är politikerna den aktör som, näst efter konkurrenterna, har den största makten över förutsättningarna på den svenska nätmarknaden. Det är därför alarmerande att politikerna upplevs ha så låg förståelse för dessa förutsättningar.

Förståelse/kunskap bland politiker i Sverige om förutsättningarna för utvecklingen av nätmarknaden



Fokus: Den digitala boken

5.4 Frågor som företagen i undersökningen skulle vilja ställa till svenska politiker

Ett flertal av företagen i undersökningen formulerade egna frågor de skulle vilja ha svar på från politiker. Frågorna handlar dels om åtgärder mot den olagliga fildelningen, men även om problem kopplade till mervärdesskatten, momsen. De problem som lyfts fram gäller bland annat skiljda moms nivåer för digitala tjänster och fysiska produkter, samt det faktum att företag som säljer digitala produkter över internet kan tvingas betala moms både i det land där konsumenten befinner sig, samt i det land där företaget har sin verksamhet. Nedan följer ett urval av frågorna som ställdes i enkäten:

- ”Hur tänker svenska politiker satsa på framtiden inom de digitala innehållsbranscherna?”
- ”Hur kan ni tillåta att intäkter från upphovsrättsskyddat material går till fel bolag?”
- ”Hur mycket moms och andra skatter får de in från illegala innehållstjänster?”
- ”När kan dubbelbeskattning av moms för t.ex. iPhone-spel (dvs. först i Europa sedan i Sverige) vara avskaffad och följa EU:s riktlinjer?”
- ”Varför gör ni inte mer för att lyfta fram en ny generation entreprenörer och företag istället för att fokusera så starkt på en döende tillverkningsindustri?”
- ”Varför gör ni inte mer åt piracy i landet?”
- ”Varför kan vi inte få ett snabbt besked angående momsfrågan kring digital försäljning (t.ex. Appstore)? En hel bransch står och stampar.”
- ”Varför tar man inte ett hårdare grepp om den illegala film- och spelförsäljningen och utnyttjar IPRED till max för att värna om svenska jobb och välfärd?”

Digital försäljning av böcker på upp gång

Definitioner

E-bok – en bok återgiven som text och/ eller bild i digital form.

Ljudbok – en bok återgiven som intalat ljud avsedd för den kommersiella marknaden, antingen på fysisk ljudbärare såsom CD, DVD eller minneskort, eller som nedladdningsbar eller strömmande ljudfil.

Talbok – En bok som är inläst och producerad för funktionshindrade, med stöd av s.k. tvångslicens i 17 § upphovsrättslagen. Produktionen sker av bibliotek eller organisationer efter tillstånd av regeringen.

Den svenska digitala bokmarknaden är fortfarande i sin linda. Försäljningen ökar snabbt, men från mycket låga nivåer. Även den tekniska utvecklingen går fort. Formaten för e-böcker har stabiliserat sig och en standard är på väg att etableras. Konsumenten har en mångfald av läsverktyg att välja på och utbudet av böcker ökar stadigt, bland annat publicerar allt fler förlag varje fysisk bok även i digitalt format. Dock finns flera bromsande faktorer, så som till exempel olaglig kopiering. Utan fungerande konkurrensförutsättningar på den digitala marknaden så försvagas incitamenten för förlag och författare att satsa på de digitala bokformaten.

Introduktion och definition: digitala böcker

Marknaden för digitala böcker innefattar såväl e-böcker som strömmande och nedladdningsbara ljudböcker. En e-bok är en text- och bildbaserad publicering i digital form som kan läsas på datorer, läsplattor och vissa mobiltelefoner. Ibland mot-

svarar e-boken en vanlig tryckt bok men den kan också ha skapats digitalt och finnas utan någon tryckt motsvarighet. Ljudbok är samlingsnamnet på inlästa kommersiella böcker, och på den digitala bokmarknaden finns såväl strömmande som nedladdningsbara ljudböcker. Ljudboken bör skiljas från talboken, som är producerad för funktionshindrade med stöd av s.k. tvångslicens i 17§ upphovsrättslagen. E-böcker och ljudböcker finns att låna på många bibliotek och ett urval av ljudböcker finns även i strömmande format via bibliotekens webbplatser.

Nya bokformat under snabb utveckling

Vilket format en e-bok är framställd i är avgörande för vilket tekniskt verktyg eller vilken mjukvara som går att använda för att läsa boken. Det gör att utvecklingen av formaten går hand i hand med utvecklingen av mjukvara och teknisk hårdvara.

E-böcker kan skapas i ett tjugotal olika format, vilka kan delas in i två huvudgrupper: flödande format och statiska sidor. Flödande format innebär att texten anpassar sig till läsverktygets skärm. Användaren kan ställa in önskad storlek på texten som sedan justeras för att rymmas på sidan. Statiske sidor behåller däremot sitt utseende med typsnitt, bilder och formgivning så som det ser ut i bokens originalform.

I sin enklaste form är e-boken en textfil eller en vanlig pdf. Men den kan också konverteras till ett format som ökar läsoplevelsen och förses med någon form av rättighetskydd. Konverteringen kan ske hos förlaget eller hos en extern leverantör. På den svenska marknaden är Elib och Publit de dominerande leverantörerna. Elib är Skandinaviens största distributör av digitala böcker och verkar som samar-

betspartner för alla förlag som vill ge ut e-böcker. Publit fokuserar på bokens olika inkarnationer och är ett gränssnitt för att enkelt kunna administrera och distribuera dessa format.

Epub är ett flödande format som är på väg att bli världsstandard. Hösten 2007 beslutade den internationella sammanslutningen för den digitala förlagsbranschen, International Digital Publishing Forum (IDPF), att rekommendera Epub. Epub är ett så kallat öppet format, vilket innebär att det inte är något företag som äger det. Detta innebär att vem som helst kan använda det utan att betala licenser.

För att förhindra piratkopiering förses många e-böcker i dag med någon form av kopieringsskydd. När en bok förses med kopieringsskydd så krypteras den eller förses med vattenmärkning. I dag är 70 procent av Elibs böcker vattenmärkta, vilket gör det möjligt att se vem som köpt boken från början och att kontakta denne. Varje e-bok har i dag ett eget ISBN-nummer, vilket också gör det möjligt att sammanställa mer detaljerade försäljningssiffror.

Visste du att:

- E-böcker kan skapas i ett tjugotal olika format, vilka kan delas in i två huvudgrupper: flödande format och statiska sidor.
- Med en tillväxt på över 200 procent under februari månad är nu e-böcker det mest sålda bokformatet i USA.
- Biblioteken lånar ut ca 20 000 e-böcker och ca 1 400 strömmande ljudböcker via Elib varje månad.

En mångfald av läsverktyg och hård konkurrens

För att kunna läsa en e-bok behövs någon form av hårdvara (en läsplatta, surfplatta, mobiltelefon eller dator) samt ett läsarprogram. En läsplatta, som till exempel Amazons Kindle, Cybook och Nuut, är ett specialutformat verktyg för läsning av e-böcker där bland annat belysningen är särskilt skonsam för ögonen. Utvecklingen av läsplattorna går fort, men de får samtidigt konkurrens av andra läsverktyg som surfplattor, smartphones och datorer. Många tror att mobiltelefonen kommer att vara den viktigaste e-läsaren i framtiden – och i Japan är den det redan. Nästan 90 procent av försäljningen där sker till mobiltelefoner.

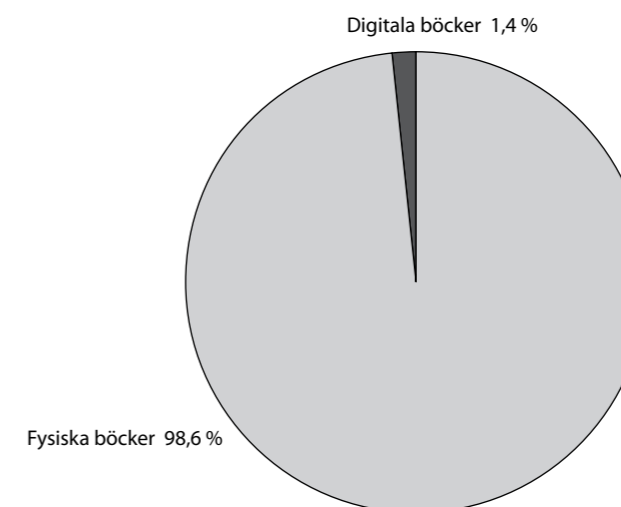
Den digitala bokmarknaden har stor utvecklingspotential i Sverige

Branschen uppskattar att det såldes ca 85 miljoner böcker i Sverige under 2010 och den svenska bokmarknaden uppskattas omsätta omkring 7 miljarder kronor. Av den totala försäljningen utgör dock digitala böcker än så länge en bråkdel. Företagen i undersökningen uppger att den svenska marknaden för digitala boktjänster omsätter ungefär 97 miljoner kronor, och den utgör således endast 1,4 procent av den totala bokmarknaden.

Den avgjort största distributören Elib samarbetar med drygt 250 förlag, 25 återförsäljare och omkring 230 bibliotek. År 2009 uppgick Elibs totala distribution av digitala böcker till en halv miljon. Statistik från Elib visar att försäljningen av e-böcker ökar, men från mycket låga nivåer. Under de tre första månaderna år 2010

Den totala marknaden för böcker

7 000 MSEK 2010



såldes lika många e-böcker som under hela år 2009. För närvarande säljer Elib omkring 5 000 e-böcker i månaden till privatpersoner, vilket är en rejäl ökning från att ha legat kring 300-400 per månad år 2008. Ökningen beror med största sannolik-

”Den yngre generationen har snabbt vant sig att läsa på skärm”

Malin Fogelström är projektledare inom Digitala Medier på förlaget Natur & Kultur.

Hur ser du på framtiden för den digitala bokmarknaden i Sverige?

Vi ser en markant ökning i efterfrågan av digitala böcker och digitalt material inom skolan. Vi ser också att den lösning som efterfrågas är att materialet ska finnas online alternativt nedladdningsbart, något som ger oss spännande utmaningar. Vi ser också att efterfrågan blir mer personlig. Den digitala boken/det digitala materialet som efterfrågas ska anpassas till den egna läsplattan, plattformen, mobila enheten etc.

Hur förhåller sig läsarna till den digitala boken?

Den yngre generationen har snabbt vant sig att läsa på skärm och det blir därför en naturlig läsmetod för dem. Men vi ser också ett ökat antal användare i vår generation som är benägna att anamma den digitala utvecklingen. Framgent ökar alltså antalet digitala läsare dels via det generella generationsskiftet men också via den högre acceptansen av digitala miljöer. Skolor, arbetsplatser, myndigheter och privatpersoner kommer mer och mer att efterfråga digital kommunikation, vilket i sin tur leder till att den digitala miljön blir mer och mer accepterad.

Hur har e-boken förändrat relationen mellan författaren och läsaren?

Relationen stärks. Med den digitala boken finns det möjlighet att bidra med mer än själva läsoplevelsen vilket ger ett mervärde för läsaren. Man kan kommunicera enklare och mer direkt. En digital bok utvecklas även efter att boken anses som färdig. Nytt material och aktuella uppdateringar gör att dialogen mellan författare och förlag förstärks samtidigt som det pågår över tid.



het på att det var först i slutet av 2009 som de första läsplattorna lanserades i Sverige och först under 2010 som de började marknadsföras ordentligt. E-boken är alltså fortfarande en ny produkt på den svenska marknaden – men med en mycket stark utveckling. Siffror från Mediavision visar att drygt var fjärde svensk numera äger en smartphone och fler och fler böcker släpps i digitalt format. Till exempel har Bonnier från och med år 2010 börjat släppa varje svensk nyutgiven bok i både tryckt form och som e-bok och många andra förlag går i samma spår. I samband med att förutsättningarna för e-böcker snabbt förbättrats så förväntas marknaden fortsätta expandera snabbt.

U

Biblioteken lånar ut omkring 20 000 e-böcker via Elib i månaden och omkring 1 400 strömmande ljudböcker. Till skillnad från utlåning av fysiska böcker får dock den digitala utlåningen en väsentligt större påverkan på marknadsförutsättningar för kommersiella aktörer. Hur digital utlåning bör utformas för att inte hämma utvecklingen för den digitala bokmarknaden är en fråga som fortfarande diskuteras. Samtidigt som utlåning är en viktig inkörsport till e-bokskonsumtion för många så är det viktigt att hitta en god balans mellan försäljning och utlåning för att inte hämma utvecklingen av digitala böcker framöver.

Utmaningar återstår

Allt fler blir intresserade av att läsa böcker elektroniskt. Även om försäljningen fortfarande bara står för knappt en promille av den totala bokförsäljningen i Sverige, så växer den snabbt. Bedömare uppskattar att e-boksmarknaden kan ta omkring fem till tio procent i marknadsandelar från den tryckta boken. Detta från ett utgångsläge där den fysiska boken trots allt har en mycket stark ställning.

Eftersom marknaden för digitala böcker är förhållandevis ung och begränsad till sin omfattning är den känslig för negativa faktorer. Ett exempel på en tillväxthämmande faktor är skillnaden i moms mellan digitala och fysiska böcker. I dagsläget är momsen på fysiska böcker, som även inkluderar e-böcker och ljudböcker på CD eller minneskort, sex procent, medan momsen på e-böcker och ljudböcker som är nedladdningsbara eller strömmande ligger på 25 procent. Grunden till skillnaden i moms är att digitala böcker som tillgängliggörs via internet klassificeras som nättjänster i stället för som böcker.⁴ Detta påverkar det digitala bokformatets konkurrenskraft negativt och snedvrider marknaden till förmån för fysiska böcker. En annan tydlig tillväxthämmande faktor är den olagliga fildelningen. De flesta ljudböcker som getts ut av svenska förlag finns tillgängliga på fildelningssajter för piratkopierat material, där de lagts upp utan upphovsmannens medgivande. Utgivningen av e-böcker växer snabbt i Sverige, men det gör även piratkopieringen. Den olagliga fildelningen påverkar den lagliga nedladdningen negativt och drabbar författare och förlag ekonomiskt. Följaktligen finns det en uppenbar risk för att den illegala fildelningen motverkar förlagens satsningar på digitala ljudböcker och att utgivningen av e-böcker bromsas.

De digitala bokformaten går en ljus framtid till mötes, men sett till dagens situation i Sverige så återstår ett antal utmaningar för att realisera marknadens fulla potential.

4. Detta regleras av EUs sjätte mervärdesskattedirektiv.

Digitaliseringen kan skapa fler läsare

Intervju med Richard Mollet, VD Publishers Association i Storbritannien



Den digitala utvecklingen skapar stora möjligheter att nå ut med litterära verk till nya grupper av läsare, men även att få de som redan läser böcker att läsa ännu mer. Samtidigt står den digitala bokmarknaden inför stora utmaningar, däribland att komma tillrätta med den olagliga piratkopieringen på internet. Det menar Richard Mollet, VD för Publishers Association, förläggareföreningen i Storbritannien.

Hur ser du på utvecklingen av den digitala bokmarknaden, och hur ser kopplingen ut till marknaden för fysiska böcker?

Det är helt klart för tidigt att säga. Marknaden växer, såväl utbud som efterfrågan av e-böcker ökar fort. Men det finns än så länge inga tydliga belegg för att de digitala bokformaten ökar den totala bokförsäljningen. Det verkar som att folk som läser e-böcker huvudsakligen är folk som även läser fysiska böcker. Det har helt enkelt ännu inte uppstått någon ny generation av läsare som inte tidigare läste böcker.

En vanligt förekommande strategi vid lansering av kreativa verk är att olika format lanseras vid olika tidpunkter. Vi ser det inom filmbranschen, men även på bokmarknaden där pocketböcker och inbundna upplagor ofta släpps vid olika tillfällen. Kommer vi att få se olika lanseringsdatum för fysiska och digitala bokformat?

Det finns olika åsikter om det. Det är upp till den enskilda upphovsrättsinnehavaren att göra vad den vill med sitt verk och det ligger alltid i upphovsrättsinnehavarens intresse att hans eller hennes arbete är så tillgängligt för marknaden som möjligt. Det är troligt att utvecklingen kommer se olika ut inom olika genrer.

Ett annat exempel på hur den digitala utvecklingen påverkar bokmarknaden är så kallade print-on-demand-tjänster där en bok trycks först efter att den köpts. Hur ser du på den utvecklingen?

Print-on-demand har förändrat mycket och kommer att fortsätta förändra förutsättningarna för bokbranschen. Print-on-demand minskar lager- och distributionskostnaderna, minskar restupplagorna och gör så att förläggarna kan bli mer känsliga för konsumenternas efterfrågan. Därför tycker jag att print-on-demand öppnar upp för en möjlig positiv utveckling.

En del författare tänker kanske att ”jag behöver ingen förläggare, jag kan ju gå till en print-on-demand-butik”. Visst går en del av förlagens uppgifter att göra på egen hand, men en print-on-demand-butik hjälper inte till att marknadsföra en bok, hjälper inte till med redigeringen, hjälper inte till med omslag och layout, hjälper inte till att samla in royalties, hjälper inte till att försvara rättigheter, och hjälper inte heller till med något annat av allt som en förläggare gör för en författare. De här funktionerna som förlag hjälper författare med kommer att bli ännu viktigare framöver.

Många skyller den olagliga piratkopieringen av böcker på att priset är för högt. Vad är din syn på det?

Upphovsrättsinnehavare kommer aldrig att kunna konkurrera med det som finns tillgängligt gratis på den digitala marknaden. Det är en tävling som upphovsrättsinnehavarna alltid kommer att gå förlorande ur. Argumentet att "bara priset vore lågt nog inom de kreativa branscherna så skulle piratkopieringen konkurreras ut från marknaden" är absurt. Jag köper inte den typen av argument. Det vi borde göra inom de kreativa näringarna – snarare än att konkurrera om priset i en tävling vi alltid kommer förlora – är att försäkra oss om att människor uppskattar och värdesätter det arbete vi lägger ner.

Hur påverkas den digitala bokmarknaden av en tilltagande utlåning av digitala böcker från biblioteken?

På den tryckta bokmarknaden så har vi, mer eller mindre, uppnått en balans. Att uppnå balans även i den digitala världen är mycket viktigt. Det är inte möjligt att uppnå det genom att kopiera den tryckta marknaden rakt av, eftersom förutsättningarna ser väldigt olika ut. Just nu går dock utvecklingen i små steg mot att e-utlåningen kompletterar istället för att urholka e-handeln. Det kan till exempel betyda geografiska restriktioner på bibliotekskorten där e-läsning endast kan ske efter att någon kommit till sitt bibliotek för att ladda ner en e-bok.

Det talas ofta om en så kallad mediekonvergens, det vill säga att olika typer av medier går samman och bildar nya medieformat. Hur skulle du beskriva den utvecklingen utifrån ett bokmarknadsperspektiv?

Det förekommer absolut en konvergens mellan olika typer av innehållstjänster. Ett av våra medlemsföretag, Faber, blev i år nominerat till en Bafta för en applikation de tog fram till en bok förra året. Jag tror inte att det finns något bättre exempel på mediekonvergens än det. Böcker blir nu, precis som musik och film, något mobilt och en naturlig beståndsdel av konsumenternas mobiltelefoner. Men det finns också en djupare sorts mediekonvergens som har förekommit sedan en lång tid tillbaka, där film- och TV-produktioner i ytterst stor utsträckning baseras på litterära förlagor. Det är en annan typ av mediekonvergens där det som ursprungligen var en bok tar sig uttryck som någon annan sorts produkt.

Vad ser du som den största utmaningen för bokförlagen framöver?

Det finns enorma utvecklingsmöjligheter med digitaliseringen. Förhoppningsvis finns möjlighet till att både skapa fler läsare och att få de som redan läser böcker att läsa ännu mer. Samtidigt är intrång i upphovsrätten en stor utmaning med digitaliseringen.

Avslutande kommentarer

Denna rapport visar att det finns en stor utvecklingspotential inom marknaden för digitala innehållstjänster, även om företagens förväntningar kring tillväxtpotentialen dämpats en del sedan förra året. Rapporten visar vidare att den svenska marknaden för digitala innehållstjänster inte har någon framskjuten position vid en internationell jämförelse. Endast inom musiktjänster bedömer företagen i rapporten att de svenska digitala innehållstjänsterna är världsledande. Den här utvecklingen klingar falskt gentemot regeringens digitala agenda och ambition att Sverige ska vara "världens mest konkurrenskraftiga digitala ekonomi". Ska detta bli verklighet krävs ett aktivt arbete, inte minst från politikerna.

Rapporten visar också att politikerna är de aktörer som näst efter konkurrenterna har störst inflytande över marknadsutvecklingen. Detta belyser att de regulatoriska förutsättningarna är centrala för hela den digitala marknaden. Givet detta framstår det som alarmerande att politikerna upplevs ha så låg förståelse för dessa förutsättningar. Så många som sju av tio företag anser, som tidigare visats, att politiker i Sverige har en mycket dålig eller dålig förståelse för vad som krävs för att deras marknad ska nå sin fulla potential. Detta visar på ett stort behov av dialog mellan marknaden och politikerna så att inte potentialen i en framtidssektor riskerar att inte fullt ut tas tillvara.

I årets rapport har den digitala boken tillägnats särskild uppmärksamhet. Utvecklingen för den digitala boken är inte lika stark som inom en del andra marknadssegment av digitala innehållstjänster, och de digitala boktjänsterna står i dag endast för 3 procent av marknaden. Andelen av den totala svenska bokmarknaden är 1,4 procent, och ur detta hänseende är vi steget efter flera andra länder. I USA ökade marknaden för digitala böcker med 200 procent bara under februari 2011 och är nu den största kategorin böcker på den amerikanska marknaden.

Det finns fortfarande ett antal utmaningar att hantera för att säkerställa marknadens fortsatta utveckling framöver. Dels är den olagliga fildelningen ett betydande problem som hämmar incitamenten att investera i digital tjänsteutveckling. Fyra av tio företag anser att den olagliga konkurrensen i form av exempelvis sajter som tillhandahåller piratkopierat material hindrar tillväxtpotentialerna mycket eller ganska mycket.

Okklarheter i europeiska momsregler leder i vissa fall till att företag som säljer digitala produkter över internet kan tvingas betala moms både i det land där företaget har sin verksamhet och där konsumenten befinner sig. På den digitala bokmarknaden är även skillnaden i momssats för fysiska och digitala böcker en hämmande faktor som snedvrider marknaden till förmån för fysiska böcker.

Med makt följer ansvar. Det faktum att politikerna näst efter konkurrenterna har störst möjlighet att påverka marknadsutvecklingen belyser vikten av att ansvariga politiker visar fortsatt handlingskraft för att skapa en livskraftigt digital marknad för innehållstjänster.

Om Netopia

Netopia är ett webb- och idéforum som startade i början av 2010. Netopia tror på ett fritt och öppet internet där människor och företag kan vistas tryggt, där samhället skyddar individernas frihet, integritet och rättigheter och skapar förutsättningar för tillväxt och mångfald. Netopias uppgift är att utveckla visioner om internets framtid som bygger på dessa värden.

Netopia vill driva en debatt om ett bättre samhälle på nätet. Det gör vi på netopia.se, genom att ge ut rapporter samt genom att anordna evenemang som stimulerar till diskussion kring frågor om nätets framtid.

Om Svenska Förläggareföreningen

Svenska Förläggareföreningen, SvF, är de svenska bokförlagens branschorganisation. Medlemsförlagen motsvarar i ekonomiska termer uppskattningsvis ca 70 procent av förlagsbranschen i Sverige. Föreningen verkar för en öppen och fri bokmarknad, arbetar för upphovsrätten och tryckfriheten och engagerar sig i kulturpolitiken. En viktig uppgift är också att främja läsandet och bokens ställning i samhället.

NETOPIA

Forum för digitala samhällsfrågor

Netopia, forum för digitala samhällsfrågor

Box 3139

103 62 STOCKHOLM

www.netopia.se



SVENSKA
FÖRLÄGGARE
FÖRENINGEN

Svenska Förläggare AB

Drottninggatan 97

113 60 STOCKHOLM

tfn 08-736 19 40

www.forlaggare.se