

E-läsare och e-böcker

Framtidens läsning

ALJOSJA ZIGA
och FELIX ÅBERG



**KTH Datavetenskap
och kommunikation**

E-läsare och e-böcker

Framtidens läsning

ALJOSJA ZIGA
och FELIX ÅBERG

Examensarbete i teknik och management om 15 högskolepoäng
vid Programmet för industriell ekonomi
Kungliga Tekniska Högskolan år 2010
Handledare på CSC var Christian Bogdan
Examinator var Stefan Arnborg

URL: www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/teknikmanagement/2010/ziga_aljosja_OCH_aberg_felix_K10048.pdf

Kungliga tekniska högskolan
Skolan för datavetenskap och kommunikation

KTH CSC
100 44 Stockholm

URL: www.kth.se/csc

Abstract

This thesis aims to answer the basic question: will e-readers be a success?

In order to answer this we have looked at the e-reader market of today and what the future will bring. However, this is not enough. The success of the e-reader lies not only in the technology. Even the most advanced e-reader would fail without content to read. Therefore we have also spent a great deal of time trying to determine what e-readers mean to books and how the transition from physical books to e-books will affect the people and companies involved. We have also analyzed the situation from a couple of other perspectives, such as the environmental benefits of owning a e-reader, if piracy is a major threat and whether or not digital libraries would be the end of books as we know them.

We came to the conclusion that technology is not an issue, even though the price is still too high. The key is instead the price of e-books, as these have to be lower in order to attract more people. The problem is the publishers, who traditionally take a big slice of the profits and want to keep doing that in the digital future, even though their necessity is very uncertain.

E-readers, and along with them e-books, will be a hit, and will lead to a great deal of changes, both to how we read and who ends up with the profits.

Sammanfattning

Denna uppsats ämnar besvara en grundläggande fråga: kommer e-läsare att bli en succé?

För att kunna svara på det har vi undersökt marknaden för e-läsare som den ser ut idag samt vad framtiden kommer att föra med sig. Detta är dock inte tillräckligt. Nyckeln till framgång ligger inte enbart i e-läsarnas teknik. Även de mest avancerade e-läsare skulle misslyckas utan böcker att läsa. Därför har vi också lagt stor vikt på att undersöka vad e-läsare betyder för böcker och hur övergången från fysiska böcker till e-böcker kommer att påverka alla involverade parter. Vi har också analyserat situationen från en rad olika perspektiv, så som potentiella miljömässiga vinster av e-läsare, om nätpirater är ett stort hot och om digitala bibliotek skulle innebära slutet på bokmarknaden som vi känner den.

Vi drog slutsatsen att tekniken inte är ett problem, även om priset på e-läsarna fortfarande är väl högt. Nyckeln är istället priset på e-böckerna vilket måste sjunka för att kunna attrahera fler människor. Problemet är förlagen, som traditionellt tar en stor del av intäkterna och vill fortsätta göra det i framtiden, trots att behovet av förlag drastiskt minskar med e-böcker.

E-läsare, och med dem e-böcker, kommer att bli en succé och kommer att leda till långtgående förändringar, både för hur vi läser och vem som tjänar pengar på att vi läser.

Innehållsförteckning

Abstract	2
Sammanfattning	3
<i>Prolog</i>	
Motivering av ämnesvalet	7
Avgränsningar	7
Metod	8
Tillvägagångssätt och målgrupp	8
Uppsatsens struktur	8
<i>Kapitel 1: Bakgrund angående teknik</i>	
1.1. Historik	11
1.2. Dagens e-läsare	12
1.2.1. E-ink	12
1.2.2. Amazon	13
1.2.3. Sony	14
1.2.4. Barnes & Noble	15
1.2.5. Apple	15
1.2.6. Svenska marknaden	16
1.3. Alternativ till e-läsare	16
1.3.1. Datorer	16
1.3.2. Mobiltelefoner	17
<i>Kapitel 2: Bakgrund angående ekonomi</i>	
2.1. Affärsmodeller	19
2.1.1. Nuvarande	19
2.1.2. Abonnemang	20
2.1.3. Reklam	20
2.1.4. Mikrobetalning	21
2.2. Förlagsbranschen	21
2.2.1. Dagens situation i Sverige	21
2.2.1.1. E-böcker i Sverige	22
2.2.2. Internationell utblick	23
2.2.3. Vilka läser?	23
2.2.4. Vem tjänar pengar när en bok säljs?	24
<i>Kapitel 3: Ytterligare intressant bakgrund</i>	
3.1. Elib	27
3.2. Det papperslösa kontoret	27
3.3. Bibliotek	28
3.4. Upphovsrätten och digitaliseringen	29
3.5. Miljöaspekter	30
3.6. Tidningar	31
3.7. Musikindustrin	32

<i>Kapitel 4, Diskussion och slutsatser</i>	
4.1. Teknik	35
4.1.1. Kreativt förstörande	36
4.2. Pirathotet	36
4.3. Alternativ till e-läsare	37
4.3.1. Datorer	37
4.3.2. Mobiltelefoner	37
4.4. Tidningar	38
4.5. Miljöaspekter	38
4.6. Bibliotek	38
4.7. Det papperslösa kontoret	39
4.8. Studentlitteratur	39
4.9. Alternativa affärsmodeller	40
4.9.1. Reklam	40
4.9.2. Abonnemang	40
4.9.3. Mikrobetalning	40
4.10. Priset på litteratur	41
4.10.1. Priset	41
4.10.2. Kan en e-bok säljas billigare?	42
4.10.3. Kvalitetsgarant	44
4.10.4. Varför priserna inte kan sänkas	44
4.10.5. Andra faktorer	45
4.10.6. Priset i framtiden	45
4.11. Sammanfattning av arbetet	46
<i>Epilog</i>	
Ordlista	48
Källkritik	48
Intervjuer	49
Referenser	54

Prolog

Motivering av ämnesvalet

De senaste två årtiondena har varit otroligt intressanta sedda med en teknologs ögon. Transistorn kanske uppfanns redan på 1940-talet, men det var först 50 år senare som dess användningsområden verkligen började ta form. Digitaliseringen av vardagen skedde i en explosionsartad takt och möjligheterna som personliga datorer medförde förändrade våra sätt att kommunicera, jobba, leka, och mycket annat. Då båda författarna till denna kandidatuppsats växte upp under denna förändringstid, och båda är så pass intresserade av teknologi att vi utbildar oss till ingenjörer, ter det sig naturligt för oss att inte bara följa utvecklingen, utan även uppmuntra den. Från barndomen till tonåren och ut i det vuxna livet har vi sett det mesta i vår omgivning gå mot en mer lättillgänglig och smidig natur än dess föregående. Vi upplevde skiftet från lågkvalitativa ljud- respektive videokassetter till lätthanterliga CD-skivor. Vi såg skärmar förvandlas från monstruösa manicker till centimetertunna plattor. Vi såg all världens information flytta in bara några klick ifrån oss. Musik, film, spel, program, kunskap, och i princip allt annat som man kunde föreställa sig utvecklades från någonting exklusivt och kostsamt till någonting som finns nära till hands i digital form – nästan allt.

Med tanke på vår bakgrund är vi ytterst förvånade över hur situationen ser ut för digitaliseringen av litteratur. Människan har tydligt visat intresse för att vilja föra utvecklingen framåt, och även när stora företag krampaktigt har försökt motverka den så har utvecklingen fortskridit, till exempel inom musikindustrin. Böcker, tidningar, och andra litterära verk har av någon anledning skonats från denna övergång till 2000-talet och är fortfarande sällsynta i digital form. Även om idén har existerat länge så är det först på senare år som elektroniska läsare, e-läsare, har börjat tillverkas och säljas i större skala, och elektroniska böcker, e-böcker, har publicerats i en takt som är värdig att nämna bredvid den för vanliga böcker.

Med detta arbete vill vi ta en närmare titt på e-böckernas och e-läsarnas värld. Vi vill se hur marknaden för dessa har sett ut hittills och undersöka vart utvecklingen är på väg nu när saker faktiskt börjar hända.

Avgränsningar

Vi har valt att studera e-böcker och e-läsare på framförallt den svenska marknaden. Dock är den svenska marknaden för liten och för väl integrerad med den internationella marknaden för att den sistnämnda ska kunna ignoreras.

Vad gäller e-läsare vill vi studera vad som krävs ur både ett tekniskt och ett affärsmässigt perspektiv för att en e-läsare ska bli framgångsrik och vilken potential dagens e-läsare har. Dock kan ingen e-läsare bli framgångsrik om det inte finns böcker att läsa, vilket gör att vi även fokuserar på e-böcker. Det vi vill studera där är hur branschen ser ut, vilka aktörer som är inblandade samt hur e-boken kommer att påverka vår konsumtion av litteratur. Vi har valt att fokusera på skönlitteratur men kommer även att beröra fack- och studentlitteratur.

Affärsmässigt gör vi avgränsningen att vi endast ser till ekonomiska faktorer som direkt berörs av e-läsare och e-böcker. Vi undersöker vilka faktorer som påverkar priset på en bok och väljer då att avstå från att närmare undersöka till exempel internetbokhandlarnas lagerhållning. Det är fullt möjligt att det finns pengar att spara på att effektivisera lagerhållningen men det har inget att göra med vare sig e-läsare eller e-böcker och faller därmed utanför ramarna för arbetet.

Metod

Genom utförandet och sammanställningen av denna uppsats har vi genomfört en ingående marknadsanalys enligt SWOT-metoden vilken vanligtvis krediteras till Albert Humphrey. Genom att se till de interna faktorerna *styrkor* och *svagheter* (strengths, weaknesses) för till exempel en marknad eller ett enskilt företag kan man med denna metod framställa de externa *möjligheterna* och *hoten* (opportunities, threats)¹. En SWOT-analys är i marknadsanalytiska sammanhang så pass essentiell att utan en sådan vore en marknadsanalys omöjlig att genomföra.

Det vi har gjort är att applicera denna modell på olika aspekter av det vi har velat undersöka. Vi har valt att inte dela upp uppsatsen i metodens fyra delar då vi anser att en sådan uppdelning hade gjort arbetet svårare att läsa. Att det skulle ha försvårat läsningen beror på att vi, vilket påpekades ovan, har utfört flera olika SWOT-analyser applicerade på olika delar skilda från varandra. Det är möjligt att dessa skulle kunna ha sammanfogats till en stor SWOT-analys för e-läsarens framtidsutsikter men återigen anser vi att det hade förstört rytmen i uppsatsen och avstod därför från att göra det.

Som stipulerats ovan är en SWOT-analys tämligen grundläggande samt svår att paketera på ett attraktivt sätt. Av dessa två anledningar har vi valt att inte lägga stor fokus på att gå på gång hänvisa till SWOT-metoden utan istället ha den som ett bakomliggande verktyg vi genomgående använt oss av.

Tillvägagångssätt och målgrupp

Precis som man kan förvänta sig då man arbetar med ett någorlunda modernt och aktuellt ämne har vi under arbetets gång varit extremt beroende av internet. Vi har läst artiklar både på företags hemsidor och privatpersoners eller organisationers bloggar. Via bland annat Google Scholar har vi funnit många bra rapporter från universitet världen över vilka har berört ämnena som har varit nyttiga för oss, inklusive rapporter från KTH. För att komplettera dessa litterära verk har vi pratat med människor inom de branscher som berörs av arbetet och tagit del av deras långa erfarenhet. Dessa källor, kombinerade med en del teoretiska kunskaper från de år vi har studerat, utgjorde den bas från vilken vi kunde utveckla våra diskussioner och dra våra slutsatser.

Vidare har vi avsiktligt skrivit uppsatsen på ett sådant sätt att den är lätt att läsa och att tillgodogöra sig. Detta beror på att vi tror och hoppas att den kan nå en målgrupp även utanför akademiska kretsar. Dessutom tror vi att ämnet egentligen berör aktörer på marknaden i högre grad än den akademiska världen och anser att det därför vore klokt att skriva en uppsats som kan läsas och uppskattas även där.

Uppsatsens struktur

Vi börjar med att i Kapitel I titta på e-läsarens historia för att på så sätt kunna sätta in e-läsaren i ett större sammanhang. Sedan går vi vidare med att undersöka de marknadsledande e-läsarna idag samt tekniken de bygger på. Även e-läsarens konkurrenter vad gäller läsning av e-böcker undersöks. När

¹ Dorf R, Byers T, *Technology Ventures*, McGraw-Hill, 2005, sid 85

tekniken väl är avklarad fortsätter vi med att undersöka de ekonomiska aspekterna, både affärsmodeller som används idag och alternativ till dessa, i Kapitel II. Vi analyserar även förlagsbranschen, vilka som läser, hur mycket pengar det handlar om och vem dessa pengar tillfaller. I Kapitel III berör vi andra relevanta områden, så som bibliotek, vem som tillverkar e-böcker, juridiska och miljömässiga aspekter samt musikindustrin. Kapitel IV inkluderar resonemang kring det vi i tidigare kapitel har presenterat, hur vi tror att framtiden kommer att se ut och vilka möjligheter och hot som finns.

För att underlätta läsningen ligger i slutet av uppsatsen en ordlista med begrepp som dyker upp ofta under arbetets gång.

Kapitel 1: Bakgrund angående teknik

1.1. Historik

Redan 1968 talade en ung datalog vid namn Alan Kay om hur smidigt det vore att ha en handhållen platt skärm i en lätthanterlig storlek med själva datorn placerad bakom². Han kallade det Dynabook. Man kan se det som att det var då idén om en e-läsare föddes. E-boken har däremot ett mindre klart förflutet. 1971 råkade Michael Hart av en slump komma över en hel del datortid gratis, vilket på den tiden egentligen var oerhört dyrt. Han satte genast igång med att digitalisera böcker, varav den första var USAs självständighetsförklaring. Detta var början på Gutenbergprojektet som år 1998 hade digitaliserat 1600 titlar vilket då var bra men idag står sig slätt mot bland annat Google Books³.

I början av 90-talet gjorde bland andra Sony och Microsoft försök att lansera portabla e-läsare, dock utan större framgång. Exempelvis släppte Sony 1991 en e-läsare med namnet Bookman som läste CD-skivor (se illustration 1). I slutet av 90-talet lanserades ett helt gäng e-läsare. Kort kan man säga att de var relativt dyra och tunga. Intressant att notera är den stora variationen som existerade med priser mellan 200 och 1600 dollar och skärmstorlekar mellan 7 och 14 tum. Den absolut största skillnaden mot idag var utbudet av e-böcker. Ingen av e-läsarna hade fler än 200 titlar tillgängliga. Däremot såg de ut ungefär som dagens e-läsare. Av de e-läsare som fanns tillgängliga är Librius Millenium Reader den som påminner mest om dagens e-läsare (se illustration 2). Den hade en 7 tums skärm, vägde några hundra gram och var tänkt att säljas för 199 dollar. Dock hade den bara minne nog för 4000 sidor text, en LCD-skärm och 18 timmars batteritid. Planen var att användare skulle koppla e-läsaren till en dator och föra över böcker de köpt via internet. Hur många titlar som fanns tillgängliga är oklart, men i januari 1999 hade den ännu inte släppts. Den tveklöst mest imponerande läsaren var Everybooks EB Study Model (se illustration 3). Den var däremot så dyr som 1600 dollar vilket skulle motsvara ungefär 2100 dollar i dagens värde. Dock fick man mycket för pengarna, bland annat dubbla 15 tums touch screens i färg.



Illustration 1: Sony Bookman



Illustration 2: Librius Millenium Reader



Illustration 3: Everybooks EB Study Model

Tittar man på det som 1999 förutsågs vad gäller e-bokens framtida utveckling har mycket besannats. Det påpekades att batteritiden och skärmkvaliteten måste bli bättre, vilket har hänt. Priset har sjunkit, även om vissa bedömare anser att det måste ned under hundradollarstrecket för att e-läsarna ska slå⁴. Det sista som påtalas är multifunktionalitet, med vilket de menade att man måste kunna läsa även tidningar och magasin. Det kan man idag men diskussionen kring multifunktionalitet är inte slut för det⁵.

2 Computer History Museum, www.computerhistory.org, hämtad 030510

3 Project Gutenberg, www.gutenberg.org, hämtad 030510

4 ZDNet, blogs.zdnet.com, hämtad 260410

5 Votsch V, *Hand-held E-books: The Reality Behind the Hype*, The Seybold Report on Internet Publishing, jan 1999

<i>Företag</i>	Everybook	Librius	NuvoMedia	Peanut Press	SoftBook Press
<i>Namn</i>	Eb Study Model	Millenium Reader	RocketBook	Peanut Reader	SoftBook
<i>Skärm</i>	Dubbel, färg	Gråskala	Gråskala	Gråskala	Gråskala
<i>Storlek</i>	15 tum	8 tum	8 tum	5,5 tum	14 tum
<i>Vikt</i>	1,66 kg	0,34 kg	0,57 kg	0,17 kg	1,32 kg
<i>Titlar</i>	Jan 99 inga	Jan 99 inga	168	64	115
<i>Pris</i>	1600 \$	199 \$	499 \$	Till Palm Pilot	599 \$

Tabell 1: Några relevanta e-läsare på marknaden år 1999

1.2. Dagens e-läsare

Idag finns det en uppsjö av e-läsare från olika tillverkare tillgängliga. Även om marknaden för e-läsare varken har blivit så stor som den har potentialen att bli, eller har uppnått någon form av balans mellan aktörerna, börjar man märka av att några företag tar större marknadsandel än andra. Till analysen av situationen för e-läsare idag har vi valt att titta närmare på fyra företag som antingen redan har stora andelar av marknaden eller har potential att i framtiden ha det. Vi kommer först att redogöra för deras produkters tekniska specifikationer, för att sedan undersöka de affärsmässiga aspekterna.

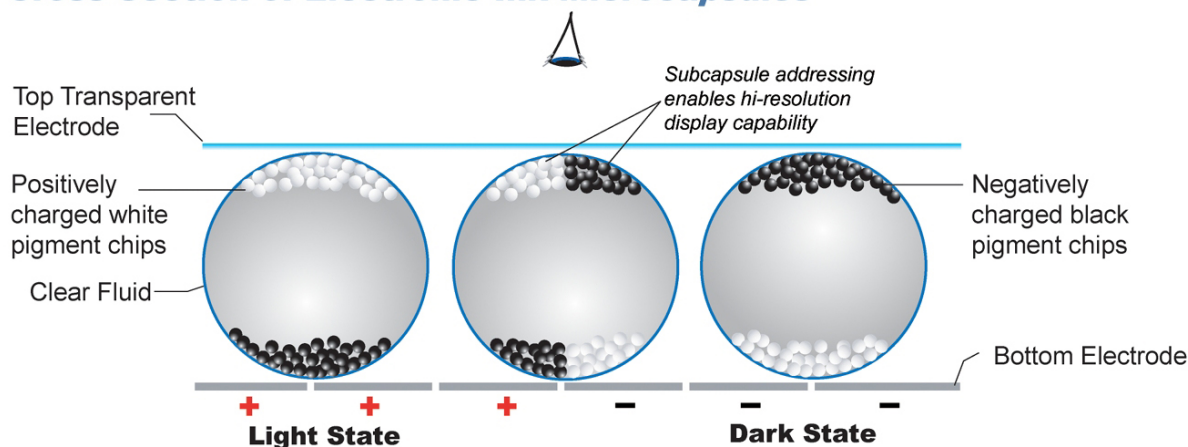
1.2.1. E-ink

Innan vi går in på de specifika e-läsarna vill vi gå igenom teknologin som är gemensam för de flesta av dem. E-ink är en förkortning av Electronic Ink, det vill säga elektroniskt bläck. Tekniken är utvecklad av E Ink Corporation, som sedan juni 2009 ägs av Prime View International. Den huvudsakliga produkten som levereras av E Ink Corporation är Electronic Paper Display (EPD). Skärmar som använder sig av e-ink ger en väldigt naturtrogen imitation av papper. Nackdelen, jämfört med hur andra elektroniska skärmar fungerar, är att de saknar bakgrundsljus, vilket å andra sidan gör att upplevelsen blir behagligare för läsaren. Vidare är tekniken mycket energisnål eftersom ström endast förbrukas då bilden växlar.

Materialet består av miljoner små mikrokapslar. Varje kapsel innehåller positivt laddade vita partiklar och negativt laddade svarta partiklar. Genom att initiera ett positivt elektriskt fält flyttar sig de vita partiklarna till kapselns topp vilket gör att kapseln ser ut att vara vit, och ett negativt elektriskt fält ger omvänd effekt (se illustration 4). På detta sätt får man text att framträda på skärmen⁶.

6 E-ink, www.eink.com, hämtad 260410

Cross-Section of Electronic-Ink Microcapsules



NOTE: Copyright E Ink Corporation, 2002. Image not drawn to scale - for illustration purposes only.



Illustration 4: Teknologin bakom e-ink i tvärsnitt.

1.2.2. Amazon

Amazon säljer två olika modeller av sin e-läsare Kindle, dels Kindle 2, dels Kindle DX. I november 2007 lanserades den första versionen av Kindle. Den är numera ersatt av Kindle 2 som lanserades i USA tidigt 2009 och internationellt i oktober samma år. Kindle 2 har en 6 tumskärm och plats för cirka 1500 böcker (1,4 GB). Kindle DX introducerades i USA i maj 2009 och i resten av världen i januari 2010. Den har en 9,7 tumskärm och plats för ca 3500 böcker (3,3 GB). Dessutom har den en inbyggd accelerometer vilket gör att den känner av vilken ledd man håller den på och anpassar bilden automatiskt, till skillnad från Kindle 2 på vilken man måste ställa in det manuellt.



Illustration 5: Amazons Kindle och Kindle DX

Där tar skillnaderna slut. Båda modellerna använder sig av e-ink vilket gör att de drar väldigt lite ström varför batteriet räcker i ungefär en vecka. De har båda inbyggt 3G-modem vilket gör att man alltid kan koppla upp sig mot Amazons Kindle Store. Där kan man direkt köpa och ladda ned böcker. De stödjer en rad olika filformat, inklusive PDF. Då det kan vara svårt att konvertera filer själv tillhandahåller Amazon en tjänst med vilken man kan maila dem en fil varefter de mailar

tillbaka den i rätt format. Dessutom är det möjligt att spela upp MP3-filer i Kindle samtidigt som man läser, och båda modellerna har ett tangentbord i underkant vilket gör det enkelt att anteckna och söka i texten. Det saknas möjlighet att expandera minnet med hjälp av minneskort och internetåtkomsten är strikt låst till Kindle Store. Ingen av de två modellerna har touch screen utan förlitar sig helt på fysiska knappar för navigering.

1.2.3. Sony

Efter Amazon är Sony den största aktören på marknaden för e-läsare. Med sin Sony Reader som finns i tre modeller (Daily, Pocket och Touch) kontrollerade de ungefär 30% av marknaden under den senare halvan av 2009⁷. Sony Reader Daily är företagets premiumläsare och den enda av de tre modellerna som, liksom Amazons Kindle, har trådlös 3G-uppkoppling via vilken man kan köpa böcker direkt i läsaren. Dessutom har den en något större skärm (7 tum, kontra 6 tum hos de övriga två modellerna) och levereras med ett större inbyggt minne med sina 1,6 gigabyte, att jämföra med 512 megabyte hos de andra två. Hos Pocket finns inte möjligheten att utöka minnet, men Daily och Touch har stöd för minneskortet Memory Stick Pro Duo från Sony (MS-PRO), och det vanligare Secure Digital (SD). En annan sak som särskiljer Pocket-modellen är att den, till skillnad från de andra två, saknar touch screen. Medan Daily och Touch förlitar sig på en kombination av touch screen och fysiska knappar för att navigera i läsaren, har Pocket alltså bara knapparna för ändamålet. Alla tre modeller har en batteritid på ungefär två veckor och skärmar som använder sig av e-ink. Stöd för andra textformat, så som PDF och Word-dokument, men även ljud- och bildformat som MP3 och JPEG finns hos alla tre modeller⁸.

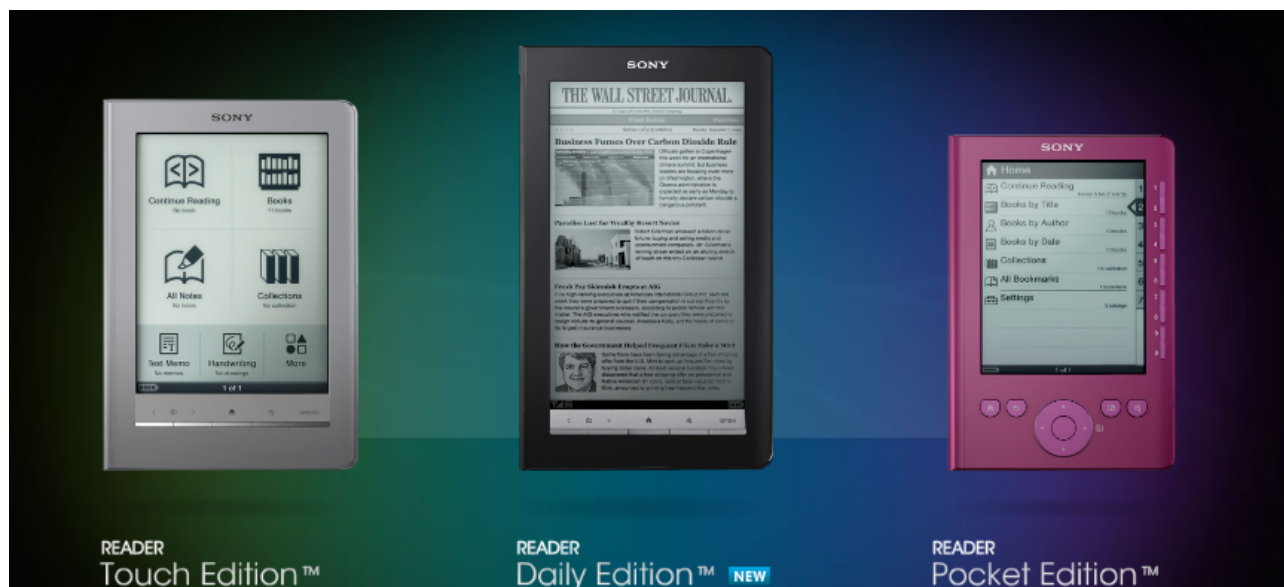


Illustration 6: Sonys tre e-läsare

7 Best Tablet Review, www.besttabletreview.com, hämtad 260410

8 Sony, www.sonymstyle.com, hämtad 260410

1.2.4. Barnes & Noble

Barnes & Noble är USAs största återförsäljare av böcker och deras e-läsare Nook lanserades den 30 november 2009. Den har en 6 tumms skärm och plats för 1500 böcker. Minneskapaciteten kan expanderas med hjälp av microSD minneskort. E-läsaren använder sig av e-ink i den övre, större delen av skärmen, och den undre delen består av en touch screen i färg som används till att manövrera. Den har inbyggd 3G-uppkoppling med vilken man kommer åt Barnes & Nobles affär för e-böcker⁹.



Illustration 7: Barnes & Nobles Nook

1.2.5. Apple

Det är svårt att gå in på detalj angående den roll som Apples iPad kan ha på e-läsarmarknaden i och med att den först nyligen släpptes för försäljning. Den lanserades den 3 april 2010 i USA och såldes under sin första helg i ca 300 000 exemplar, inklusive förhandsbeställningar, vilket var ungefär vad olika analytiker hade förutspått. Även om iPad inte är en renodlad e-läsare kan man anta att den kan göra ett starkt avtryck efter Apples tidigare revolutionerande produkter inom inte minst MP3-spelarmarknaden och mobiltelefonmarknaden.

Rent tekniskt skiljer sig iPad enormt från sina konkurrenter. Istället för att ha en skärm med e-ink har iPad en LED-upplyst skärm, vilket kan vara ansträngande för ögonen efter en längre tids läsning, precis som vid en dator. Detta val av skärm påverkar också batteritiden drastiskt, och denna hamnar på ca tio timmar, att jämföra med ovan nämnda läsare som har batteritid på en till två veckor. iPads stora fördel är att den är otroligt mycket mer än en e-läsare. Den är en komplett multimediamaskin med stöd för musik, film, internet och mycket annat. Dessutom gör möjligheten för tredjepartsprogram att användningsområdena för iPad skjuter i höjden, precis som hos föregångarna iPod Touch och iPhone. Minnet är anpassat efter möjligheterna och de olika modellerna har flashminne på 16, 32 eller 64 gigabyte, dock utan möjlighet till utökning i form av minneskort. Till alla modeller finns möjligheten till uppkoppling via WiFi och Bluetooth, och dyrare modeller levereras med inbyggt 3G-modem.



Illustration 8: Apples iPad

Kort efter lanseringen påtalades det problem. Exempelvis fungerar WiFi-uppkopplingen inte helt tillfredsställande och webbläsaren säger inte till när sidor med Flash (som inte stöds av iPad) inte laddas. Vidare gör dess touch screen att vissa hemsidor inte fungerar som de ska¹⁰. Dessutom har Apple stämts av en rad företag till följd av iPads lansering. De flesta av dessa stämningar är av sådan natur att de har pågått en längre tid. Till exempel har en taiwanesisk processortillverkare sedan länge drivit ett mål rörande den touch screen som redan funnits tillgänglig i iPod Touch och

⁹ Barnes & Noble, www.barnesandnoble.com, hämtad 260410

¹⁰ di.se, *Ipadd kritiserats efter premiärhelg*, publicerad 070410, läst 080410

iPhone, och nu när iPad har lanserats är även den inkluderad i målet¹¹.

DN hade den 18/4 2010 en stor recension av iPad där den överlag fick mycket positiv kritik med i princip ett undantag, skärmen. Dels att den inte går att använda i starkt solljus men framför allt att den är ansträngande för ögonen om man läser en längre tid¹². Slutsatsen är helt enkelt att iPaden är fantastisk som multimediamaskin men inte som e-läsare.

1.2.6. Svenska marknaden för e-läsare

När det kommer till Sverige kan man enkelt konstatera att det är både ont om e-läsare och marknadsföring kring e-läsare. Den första e-läsaren som kom till Sverige var sydkoreanska Nuut. Tanken var att den skulle lanseras under bokmässan i Göteborg 2009 för att sedan säljas hos Teknikmagasinet och Kraft&Kulturs Kulturbutik¹³. Via Adlibris har man kunnat köpa e-läsaren Letto, som dock har varit slutsåld ett längre tag i dagsläget, utan någon information angående nya leveranser. Sony Reader Touch går att köpa i butik, men endast på specialiserade Sony Center. Ingen av de större återförsäljarna av elektronik säljer någon e-läsare. Med andra ord får man vända sig till internet och handla internationellt om man vill få tag på till exempel en Kindle eller någon annan e-läsare.

1.3. Alternativ till e-läsare

Det tveklöst vanligaste sättet folk läser böcker på är med fysiska böcker, så som man alltid har gjort. Böcker har funnits sedan urminnes tider och i och med Johan Gutenbergs mekaniska tryckpress fick böckerna sitt folkliga genomslag. Bortsett från fysiska böcker finns det i dagsläget två huvudkonkurrenter till e-läsaren: datorn och mobiltelefonen.

1.3.1. Datorer

Enligt statistiska centralbyrån har 6,1 miljoner svenskar i åldrarna 16 – 74 tillgång till internet i hemmet vilket motsvarar ca 90 % av åldersgruppen¹⁴. Av detta kan man sluta sig till att ungefär 90 % av befolkningen har tillgång till en dator i hemmet och därmed i teorin skulle kunna använda datorn till att läsa böcker. Hur många som faktiskt gör detta finns det ingen statistik på.

Den stora fördelen med en dator är dess breda användningsområde. Med en e-läsare kan man i de flesta fall enbart läsa e-böcker, medan man med en dator kan göra otaliga saker. Detta gör att trots att en dator generellt sett är dyrare än en e-läsare får man oerhört mycket mer för pengarna. Dessutom stödjer en dator i princip alla filformat. En nackdel med datorer är att dess skärmar är upplysta bakifrån, vilket gör det ansträngande för ögonen att läsa en längre tid. Vidare är en dator relativt stor och klumpig. Även dagens små netbooks väger tre-fyra gånger mer än en Kindle. Batteritiden på netbooks är numera rätt lång, i många fall upp till sju-åtta timmar, men jämfört med en Kindles batteri, som räcker en vecka, står det sig slätt. Dessutom är skärmarna hos datorer i princip oanvändbara i solljus.

11 di.se, *Våg av stämningar mot Ipad*, publicerad 080410, läst 080410

12 Edénholm Y, *Impad av iPad*, Dagens Nyheter, publicerad 180410

13 Andersson S, *E-boken – Lätt att göra, svår att sälja*, Svenska Förläggarföreningen, 2009, sid 45

14 SCB, *Privatpersoners användning av datorer och Internet*, 2009. sid 11-12

1.3.2. Mobiltelefoner

Mobiltelefoner blir mer och mer avancerade. Smart phones har mer gemensamt med datorer än med klassiska mobiltelefoner, då de inte bara är ämnade att ringa och skicka SMS med, utan även tillåter användaren att surfa, spela spel, titta på TV, med mera. I Japan har mobiltelefonen haft ett kraftigare genomslag vad gäller läsning än i andra delar av världen¹⁵.

Liksom med datorer får man med en mobiltelefon oerhört mycket för pengarna. Apple Appstore och Google Android Markets ständiga utökning gör att användningsområdena är i det närmaste obegränsade. Ur läsperspektiv är den stora nackdelen skärmens storlek som är kraftigt begränsad. Dessutom använder även mobiltelefoner sig av bakgrundsljus och har kort batteritid, vilket leder till samma problem vid läsning som hos datorer.

15 Andersson S, *E-boken – Lätt att göra, svår att sälja*, Svenska Förläggarföreningen, 2009, sid 17.

Kapitel 2: Bakgrund angående ekonomi

2.1. Affärsmodeller

2.1.1. Nuvarande affärsmodeller

Priserna hos e-läsarna från de olika företagen på dagens marknad som har liknande funktionalitet skiljer sig inte markant. Den enda som sticker ut är iPad vilket beror på att iPad är mycket mer än bara en e-läsare.

Amazon		Sony			B&N	Apple
Kindle 2	Kindle DX	Pocket	Touch	Daily	Nook	iPad
\$259	\$489	\$179	\$299	\$399	\$259	\$499-\$829

Tabell 2: Priser för e-läsarna enligt respektive företags hemsida.

Amazon erbjuder kostnadsfri uppkoppling mot sin onlinebutik Kindle Store via 3G-modem. Med denna kan man handla e-böcker oavsett var man befinner sig. Om man är utanför USA är priset för böckerna något högre. Sony har ett exakt likadant system med sin Reader Store som för närvarande endast fungerar i USA och Kanada. Detsamma gäller Barnes & Nobles Nook. Detta är ett väldigt simpelt och smidigt sätt att handla e-böcker på, men nackdelen är att e-läsaren endast har möjlighet att koppla upp sig till tillverkarens egna butik, varför enda priset som gäller är det som företaget erbjuder. Vi har valt ut tio e-böcker och jämfört priserna hos de olika leverantörerna. Med detta vill vi få en överblick över vilket pris e-böckerna ligger på, men även vilka prisskillnaderna som finns mellan de olika leverantörerna. Skillnaderna är tämligen uppenbara vilket man kan se på tabell 3 nedan. Ett par böcker fanns inte att hitta på den europeiska marknaden för Kindle av rättighetsskäl, vilket givetvis är en faktor för slutkunden. Det går att kringgå problemet genom att uppge att man bor i USA, men då e-läsaren känner av att man är i Europa tillkommer en avgift på 1,99 dollar på eftersom man handlar ”utomlands”.

Namn	Amazon Kindle	Amazon Kindle Europe	Barnes & Noble	Sony Reader Store
Shutter Island	7,19		7,19	7,59
New Moon	4,25	5,01	4,25	9,89
Slaughterhouse 5	7,99	11,49	7,99	10,5
Under the dome	9,99		9,99	9,99
The Stand	11,6	11,6	8,09	17,5
The girl with the dragon tatoo	5,73	5,73	5,5	9,9
Boston Noir	9,99	13,79	9,99	10,5
Shipping News	9,99	13,79	9,99	11,2
Pygmy	9,99	13,79	9,99	9,99
The Bourne Deception	9,99	16,56	9,99	9,99
medelvärde	8,67	11,47	8,3	10,71

Tabell 3: Jämförelse i pris på e-böcker. Alla siffror anger priser i dollar (USD)

En affärsmässig skillnad mellan Apples iPad och övriga behandlade läsare är att den har fullständig internetåtkomst. Man kan alltså surfa fritt från den. Haken är givetvis att nätåtkomsten kostar precis som till vilken dator som helst, oavsett om det är WLAN eller 3G. För tillfället kan man endast spekulera om vilka abonnemangsmöjligheter som kommer att finnas till iPad i Sverige, men det är högst sannolikt att kostnader för 3G-uppkoppling inte kommer att vara inkluderade i priset för

själva hårdvaran. I USA är det för tillfället endast AT&T som levererar abonnemang för iPad med 3G-uppkoppling. Två varianter finns; 14,99 dollar i månaden för 250MB trafik per månad eller fri trafik för 29,99 dollar i månaden¹⁶.

Intressant att notera är att Amazon säljer nyare titlar med förlust, vilket bedöms vara ohållbart i längden¹⁷. På äldre titlar har de dock ett par procents marginal. Anledningen till Amazons förlustaffär är att bokförlagen vägrar sänka sina priser, då de hävdar att detta skulle skada kvaliteten på böckerna. Amazon påstår å andra sidan att om priset på böcker sänks kommer fler böcker att säljas vilket skulle lämna omsättningen och vinsten oförändrad¹⁸. iPad har knappt lanserats i USA, men har redan tvingat konkurrenterna att anpassa sig. Apple kommer att sälja böcker till iPad genom sin egen digitala bokaffär, iBookstore. Tanken är att Apple ska få 30 % av försäljningspriset och förlagen ska vara fria att ta vilket pris de vill vilket är samma affärsmodell som Apple använder sig av i sin Appstore¹⁹. Detta gjorde att MacMillan, ett stort internationellt förlag, krävde att få samma avtal med Amazon som med Apple. Först vägrade Amazon och blockerade all försäljning av MacMillans böcker, men tvingades sedan att ändra sig och omförhandla avtalet. Detta kommer att leda till att priset på nyutgivna e-böcker kommer att öka för Kindle-ägarna, från 9,99 dollar till mellan 12,99 och 14,99 dollar per e-bok²⁰. Det är rimligt att tro att de andra förlagen kommer att kräva liknande förändringar av sina avtal och att priserna kommer att stiga.

2.1.2. Abonnemang

Abonnemang för digital litteratur skulle kunna fungera på ett sätt som påminner om hur bokcirklar fungerar idag. Tanken är enkel. Man betalar för att få vara med i en bokcirkel i vilken det finns ett antal böcker. Under medlemstiden får man låna valfri bok tills man inte vill ha den längre, varpå man kan lämna tillbaka den och kvittera ut en ny. Detta skulle med hjälp av e-läsare gå att göra i betydligt större utsträckning. Teoretiskt skulle Amazon kunna ta en bestämd summa pengar för att man under en viss tid skulle få tillgång till hela deras sortiment. Många konsumentgrupper förespråkar den här metoden att ta betalt, då de hävdar att den passar konsumenternas intressen bäst²¹. Det amerikanska företaget O'Reilly tillhandahåller en tjänst vid namn Safari Books Online vars affärsidé är mycket lik den som presenterats ovan. I deras bibliotek finns över 8000 böcker, huvudsakligen inriktade på IT. För 42 dollar i månaden får man fri tillgång till dessa böcker. Alternativet är att betala 22 dollar och få söka i alla böcker men bara få tillgång till det fulla innehållet i tio böcker i månaden²².

2.1.3. Reklam

Reklam är ett klassiskt sätt att finansiera kultur. TV-kanaler finansieras till stor del av reklam, likaså radio, tidningar och magasin. Ett av få undantag är böcker. När vi intervjuade Mattias Boström ansåg han att reklam inte var framtiden för böcker. Han argumenterade som så att det skulle vara väldigt svårt att locka annonsörer till en bok som förlaget trodde skulle komma att säljas i 2000 exemplar. Dessutom skulle det antagligen kosta mer för förlaget att hitta annonsörer än vad

16 Gizmodo, <http://www.gizmodo.com>, hämtad 270410

17 Standage T, *The plot thickens*, The Economist – The World in 2010, sid 122-124

18 TBIRearch, www.tbiresearch.com, hämtad 260410

19 Macworld, www.macworld.com, läst 270410

20 Curman S, *iPad får Amazon att straffa förlagen*, DN, publicerad 100210, läst 240210

21 Albarran A, *Management of Electronic Media*, Wadsworth, 2010, sid 295

22 Safari, ssl.safaribooksonline.com, hämtad 070410

annonsörerna skulle vara villiga att betala²³. Detta stämmer säkerligen om man tänker sig statisk reklam, med vilken vi menar reklam som klipps in i den fil som distribueras som e-bok. Alternativet vore att sömlöst skräddarsy reklam till böcker beroende på läsaren, inte helt olikt hur till exempel Facebook gör. På så sätt skulle man kunna sälja reklam för specifika användare, inte specifika böcker. Vidare skulle man på så sätt kunna få upp försäljningsvolymen av reklam till mer hållbara nivåer. En teknisk lösning finns idag inte tillgänglig, även om Amazon har lämnat in en patentansökan för visning av reklam i böcker²⁴. Exakt vad denna patentansökan kommer att innebära, och när det kommer bli en fungerande produkt av det hela, återstår att se.

Boström hade även andra invändningar, så som att författare inte skulle vilja kombinera sina verk med reklam, samt att läsare skulle irriteras. Även Björn Waller på Elib uttryckte liknande tvivel. Han påpekade också att reklam riskerar att göra filerna större, vilket kan ses som en nackdel²⁵. Även detta är givetvis ett problem som endast finns om reklamen är statisk, men det är fullt möjligt att införa reklam som inte påverkar filstorleken (ljudfilerna i Spotify, till exempel, tar knappast upp mer utrymme på grund av reklamen).

2.1.4. Mikrobetalningar

Mattias Boström presenterade även en teori om att vi i framtiden kommer få se följetonger, där författaren "skriver mot en fortsättning, inte ett slut". Detta påminner en del om hur många författare på 1800-talet, exempelvis Charles Dickens, arbetade. De skrev och publicerade ett nytt kapitel varje vecka. Att sälja böcker på samma sätt är fullt möjligt på digitalt vis. Man betalar en blygsam summa för varje kapitel, och varje vecka kommer det ett nytt kapitel. I Japan är denna affärsmodell redan någorlunda framgångsrik, framförallt tack vare försäljning av serier till mobiltelefoner. Störst är Papyless som säljer avsnitten för ett par kronor. Alternativt kan man hyra hela boken i två dygn för sju kronor²⁶. Dessutom kan man tänka sig modellen mikrobetalning för att prova på böcker. Man skulle kunna köpa första kapitlet av en bok för några kronor och välja att inte köpa resten om man inte är nöjd med boken, vilket givetvis är mer fördelaktigt än om man hade behövt köpa hela boken. En annan variant på detta är den tjänst som tillhandahålls av DailyLit, nämligen att man via mail eller RSS får ett kort stycke ur en bok, anpassat till ungefär fem minuters läsning. Antingen kan man fortsätta att läsa direkt eller så kan man återuppta läsningen vid ett senare tillfälle. Tjänsten är gratis tack vare sponsorer²⁷.

2.2. Förlagsbranschen

2.2.1. Dagens situation i Sverige

2001 sänktes momsen på böcker från 25 % till 6 %. Det är en starkt bidragande orsak till att bokförsäljningen har stigit med 33% sedan dess. 2007 ökade försäljningen med 2,6 %, främst tack vare att försäljningen av skönlitteratur ökade med 4,3 %. Den totala försäljningen uppgick till 2,4 miljarder kr och 2008 såldes uppskattningsvis 85 miljoner böcker i Sverige. Den mest dramatiska förändringen vad gäller bokförsäljningen finner man i det tillvägagångssätt med vilket

23 Boström M, Intervju, 220310

24 Andersson S, *E-boken – Lätt att göra, svår att sälja*, Svenska Förläggarföreningen, 2009, sid 13

25 Waller B, Intervju, 150310

26 Andersson S, *E-boken – Lätt att göra, svår att sälja*, Svenska Förläggarföreningen, 2009, sid 17

27 DailyLit, www.dailylit.com, hämtad 070410

konsumenterna köper böcker. Som synes (se illustration 9) var bokklubbarna den stora förloraren 2007 som tappade 9,1 %. Försäljningen via bokhandlar och stormarknader var i det närmaste oförändrad, och den stora vinnaren var internethandlarna, som svarade för en ökning med 28,7 % samt stod för ca 18 % av den totala försäljningen, läromedel exkluderade²⁸. Tittar man på bokhandlarnas resultatutveckling för perioden 2005-2007 kan man se att Adlibris är den klara vinnaren som har gått från en vinst på 12 miljoner 2005 till 30,8 miljoner 2007. Detta gör dem till den bokhandel med högst vinst av alla 2007. Man kan också se att internetbokhandlarnas omsättning har ökat från 215 miljoner kronor 2002 till 831 miljoner kronor 2007²⁹.

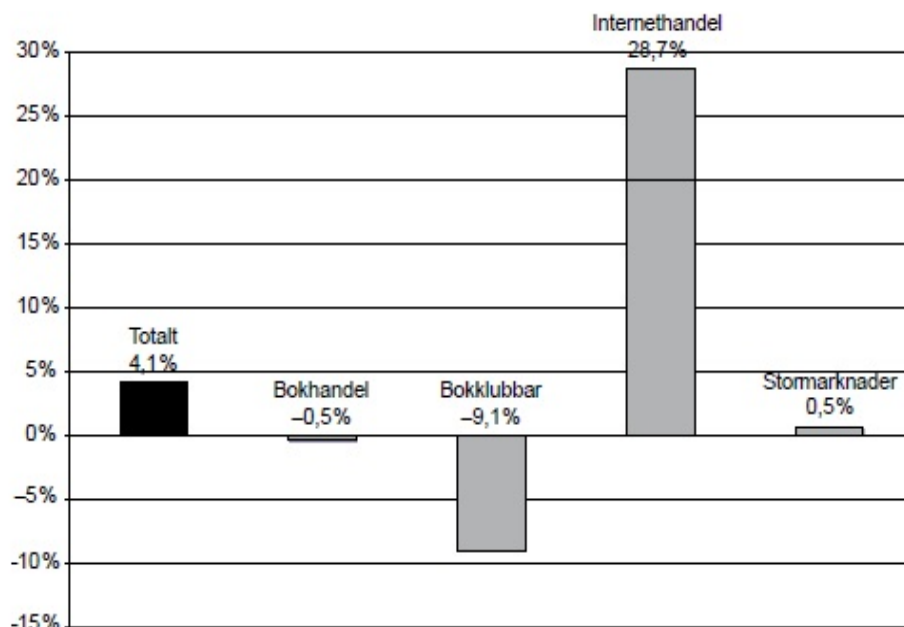


Illustration 9: Försäljningsförändring i Sverige 2007-2008

Även antalet utgivna titlar ökade, tack vare att antalet översatta titlar ökade. Dock finns en stor skillnad mellan svensk och översatt litteratur, det genomsnittliga antalet böcker som säljs. En översatt roman såldes år 2007 i genomsnitt i 5000 exemplar och en svensk i 10600 exemplar. I Svenska Förläggarföreningens rapport *Bokmarknaden 2008* påpekas att ett fåtal storsäljare drar upp försäljningsnittet för översatt litteratur och "att man därför måste räkna med att en stor del av den översatta litteraturen går med förlust". Vidare hävdar författaren att detta är en trend man kan se i hela Europa³⁰.

2.2.1.1. E-böcker i Sverige

Sveriges enda distributör av e-böcker är Elib och sålde endast 4 400 titlar under 2008 och 6 000 stycken under 2009³¹. Statistik från de senaste åren visar att försäljningen ökar och under de tre första månaderna år 2010 såldes lika många e-böcker som under hela förra året³². Detta berodde med största sannolikhet på att det var först i slutet av förra året som de första e-läsarna lanserades i Sverige. Dessutom släpps fler och fler böcker i digitalt format. Till exempel har Bonnier från och med år 2010 börjat släppa varenda svensk nyutgiven bok i både tryckt form och som e-bok, och många andra aktörer (till exempel Piratförlaget, Atlas, Norstedts och Studentlitteratur) går i samma spår³³.

28 Svenska Förläggarföreningen, *Bokmarknaden 2008*, 2008, sid 6-10

29 a.a., sid 24-25

30 a.a., sid 13-15

31 Andersson S, *E-boken – Lätt att göra, svår att sälja*, Svenska Förläggarföreningen, 2009, sid 29

32 Waller B, Elib, intervju 150310

33 Andersson S, *E-boken – Lätt att göra, svår att sälja*, Svenska Förläggarföreningen, 2009, sid 30-37

2.2.2 Internationell utblick

I USA såldes under år 2008 böcker för 24,3 miljarder dollar (ca 175 miljarder svenska kronor), vilket var en försämring med 2,8 % jämfört med 2007. Den stora förändringen låg i en minskad försäljning av inbundna böcker samtidigt som försäljningen av pocketböcker ökade.

Vad gäller e-böcker kan man se att det skett en kraftig ökning de senaste åren, från 2,1 miljoner dollar 2002 till 61,3 miljoner dollar 2008. 2009 blev ett ännu bättre år och försäljningen ökade till 169,5 miljoner dollar³⁴. Tittar man på den sammansatta tillväxten de senaste åren ser man att e-böcker har ökat med 57,8 % mellan 2002 och 2008 vilket är den tveklöst största ökningen bland de olika typerna av böcker. Näst störst ökning finner man bland de religiösa böckerna, som har ökat med 4,5 % under samma tidsperiod³⁵. Dock ska man ha klart för sig att även om försäljningen av e-böcker ökar starkt står den fortfarande bara för 3,31 % av den totala försäljningen (se illustration 10).

	Estimated			Actual Reported Sales							
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Total Trade	3,704.5	3,602.9	3,495.6	3,897.7	3,838.3	3,794.7	5,058.5	5,036.4	5,457.9	5,158.0	5,127.1
Ebooks				2.1	6.0	9.3	16.0	25.2	31.7	61.3	169.5
Ebooks as % of Trade				0.05%	0.16%	0.25%	0.32%	0.50%	0.58%	1.19%	3.31%

Millions of Dollars

Illustration 10: Försäljning av böcker och e-böcker i USA.

Även i resten av världen ökar försäljningen, även om det inte handlar om några jättebelopp. I Japan såldes e-böcker för motsvarande 3,7 miljarder svenska kronor under 2008, i Storbritannien sålde förlaget Random House cirka tusen titlar om dagen under julhelgen samma år och i Tyskland såldes 65000 e-böcker första halvåret 2009. Det kan låta som väldigt mycket, men skenet bedrar.

Exempelvis säljs det i Tyskland varje år böcker för tio miljarder euro vilket betyder att även om de i absoluta tal säljer bra många fler böcker än i Sverige, står e-böckerna precis som här för en bråkdel av den totala försäljningen³⁶.

2.2.3. Vilka läser?

Enligt Kulturrådets undersökning Kulturbarometern 2002 läste 82 % av den svenska befolkningen i åldrarna 9 till 79 år en bok det senaste året och 66 % den senaste månaden. Näst populärast aktivitet i undersökningen var "biblioteksbesök" följt av "delta i föreningsmöte" med 43 % respektive 31 % den senaste månaden³⁷. Nordicoms Mediebarometern från 2007 visar att 38 % av svenskarna under en genomsnittlig dag ägnar sig åt att läsa en bok. Tittar man på utvecklingen över en längre tid ser man den totala andelen har ökat kraftigt, från 29 % 1979. Detta beror framförallt på att kvinnor läser mer idag, upp från 33 % 1979 till 45 % 2007, samt att lågutbildade läser mer, upp från 16 % 1979 till 24 % 2007. Under den senaste tioårsperioden, det vill säga sedan internet slog igenom, finns det endast marginella skillnader³⁸. I USA har Gallup regelbundet gjort undersökningar om

34 AAP, www.publishers.org, hämtad 190310

35 a.a

36 Andersson S, *E-boken – Lätt att göra, svår att sälja*, Svenska Förläggarföreningen, 2009, sid 14 - 20

37 Kulturrådet, *Kulturbarometern 2002*, 2003, sid 64-65

38 Svenska Förläggarföreningen, *Bokmarknaden 2008*, 2008, sid 27 - 29

folks läsvanor. Frågan de ställer är "läser du en bok just nu?". 1952 svarade 18 % ja, och 2005 var siffran uppe i 47 %³⁹.

2.2.4. Vem tjänar pengar när en bok säljs?

Alla siffror i exemplet nedan är ungefärliga och baserade på ett blogginlägg av Mattias Boström på Piratförlaget, skrivet den 1 september 2009 och läst den 7 februari 2010⁴⁰. Mattias har även bekräftat att siffrorna stämmer i vår intervju med honom.

En inbunden roman har ett försäljningspris från förlaget på 140 kr. Dock betalar återförsäljarna sällan fullpris utan erhåller ca 15-20 % rabatt. I resterande del av exemplet använder vi oss av 17 %. Detta ger ett utpris på ca 179 kr på en nätbokhandel och 219 kr i en fysisk bokhandel. Författaren får en royalty som är baserad på förlagets försäljningspris vilken normalt sett ligger på 27 %. Dock finns det sådant som minskar royaltyn. Till exempel är royaltysatsen lägre vid försäljning via bokklubbar. Därför använder vi 23 % i exemplet. Det innebär att inkomsterna från en bok såld i en fysisk bokhandel fördelas på följande sätt: förlaget 84 kr, författaren 32 kr, bokhandeln 91 kr och 12 kr i moms. Inkomsterna från en bok som säljs via en återförsäljare på internet fördelas enligt följande: förlaget 84 kr, författaren 32 kr, bokhandeln 52 kr och 11 kr i moms. Som synes är det framför allt återförsäljaren som får ta smällen för de minskade intäkterna vid internetförsäljning. Å andra sidan har de lägre kostnader än fysiska bokhandlar, då de kan ha mindre lokaler med sämre läge samt mindre personal.

39 Quindlen A, *Reading Has a Strong Future*, Newsweek, läst 270310

40 Boström M, <http://www.mattiasbostrom.se/>, hämtad 150310

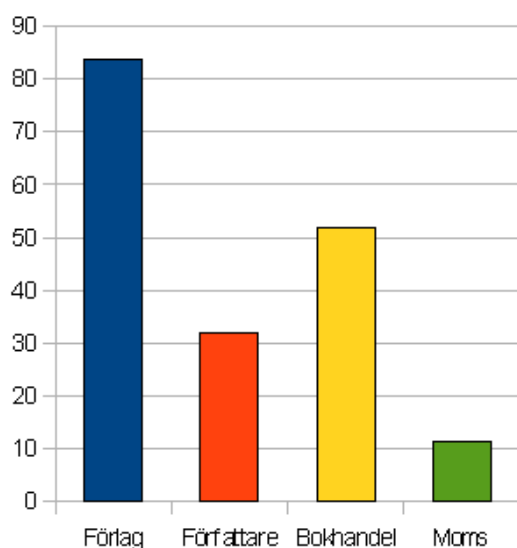


Illustration 11: Fördelning av pengarna när en bok säljs på en internetbokhandel (kr)

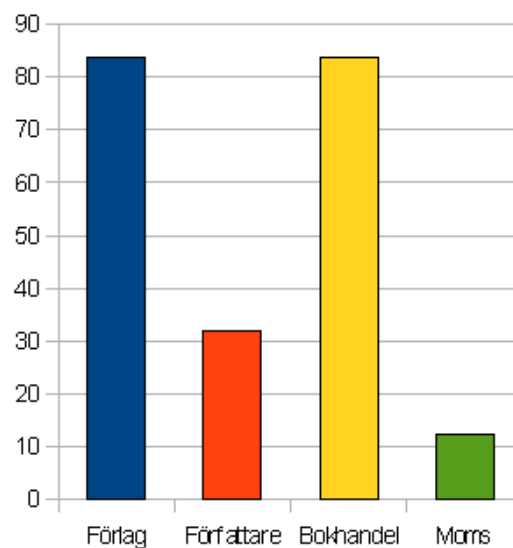


Illustration 12: Fördelning av pengarna när en bok säljs i en fysisk bokhandel (kr)

Låt oss se vad som händer med de 84 kr som tillfaller förlaget. Ponera att det är en debutroman och att den därför trycks i 3000 exemplar. Varje exemplar kostar 17 kr att trycka vilket ger totalkostnaden 51000 kr. Dessutom kommer kanske 200 av böckerna ges bort som friexemplar, vilket leder till att tryckkostnaden per såld bok landar på 18 kr. 30000 kr läggs på marknadsföring, vilket är lågt men då det är svårt att marknadsföra debutanter är det i regel bättre att försöka få bra recensioner. Recensionsexemplaren av boken kostar 10000 kr. 38000 kr går till omslag, författarfotografi och korrekturläsning. Redaktionellt arbete tillkommer, cirka 100 timmar, vilket kostar 20000 kr. Slutligen tillkommer distributionskostnader på 18000 kr.

Av de 84 kr förlaget erhåller per sålt exemplar går 21 kr till medarbetarna på förlaget, 18 kr till tryckeriet, 6 kr till distribution, 14 kr till marknadsföring och 25 kr till förlaget. Detta ger kostnader på 59 kr per såld bok. Räknat i procentsatser motsvarar det 25 % till medarbetarna på förlaget, 21 % till tryckeriet, 7 % till distribution, 17 % till marknadsföring och 30 % till förlaget. Säljer upplagan slut innebär det att förlaget gör en vinst på 69432 kr och författaren 90160. Säljer boken bara i 2000 exemplar får författaren 64400 kr men förlaget gör en vinst på endast 6880 kr. Säljer boken ännu sämre blir det snabbt en förlustaffär för förlaget. Författaren är skyddad av vad som kallas garantihonoraret vilket är en summa som man får i förskott och uppgår till 50 % av totalroyaltyn

Under intervjun med Mattias Boström framkom det att vid försäljning av pocketböcker fördelas intäkterna på ungefär samma sätt som vid försäljning av inbundna böcker. Vad gäller e-böcker får återförsäljaren, till exempel Adlibirs, cirka 20-25 % av intäkterna⁴¹.

41 Boström M, Intervju, 220310

Kapitel 3: Ytterligare intressant bakgrund

3.1. Elib

Elib AB finns i hela Norden och deras huvudsakliga arbetsområde är distribution av digitala böcker. Med digitala böcker avses inte bara e-böcker utan även MP3-böcker och strömmade ljudböcker. Företaget grundades år 2000 och ägs gemensamt av Bonnier, Natur & Kultur, Piratförlaget och Nordstedts. Förutom distribution ägnar sig Elib åt att producera digitala böcker och säkerheten kring dessa. Idag är det inte särskilt enkelt att producera en e-bok. Författaren skriver boken i exempelvis Word och skickar den till förlaget. Förlaget gör en PDF av boken som skickas till tryckeriet och det är denna PDF som Elib sedan får. De måste då för hand extrahera texten från PDF-dokumentet och skapa en e-bok. Vad gäller säkerhet rör det sig främst om vattenmärkning av filerna vilket innebär att e-böcker som säljs förses med en dold märkning, vilket gör att man kan spåra köparen i den händelse att boken skulle distribueras illegalt.

År	2005	2006	2007	2008	2009
Antal sålda e-böcker	2450	3150	4200	4450	6700

Statistiken ovan visar att försäljningen av e-böcker i Sverige ökar stadigt men från extremt låga nivåer. Totalt såldes 85 miljoner böcker i Sverige förra året. Dock ska man ha i åtanke att de första e-läsarna lanserades i Sverige i slutet av 2009, och först under 2010 har dessa marknadsförts ordentligt. Detta visar sig i försäljningsstatistiken. Björn Waller uppgav under vår intervju, vilket vi även tidigare tog upp, att det under de första två och en halv månaderna i år hade sålts lika många e-böcker som under 2009⁴².

3.2. Det papperslösa kontoret

I vår uppsats har vi fokuserat på e-läsare som ett verktyg för att läsa böcker och tidningar. Det är inom detta område vi tror att vi snart kommer att få se ett genombrott. Dock är det fullt möjligt att tänka sig e-läsaren som en ersättare till annat, mer specifikt skrivaren. Varje utskrivet dokument kostar ett tiotal ören i bläck och papper. Hur stor är då åtgången på papper i kontorsmiljö? Mängden papper som konsumeras har stadigt ökat sedan 80-talet och 1997 uppgick den till 150 miljoner ton sett över hela världen⁴³. Alltså torde det finnas stora pengar att spara på att minska pappersåtgången.

Frågan är alltså, kan e-läsaren ersätta utskrivna dokument? Abigail J. Sellen och Richard H. R. Harper har skrivit en bok vid namn *The myth of the paperless office* där de behandlar vikten av fysiska dokument. Värt att ha i åtanke är att boken är utgiven 2002 vilket betyder att den skrevs för ungefär tio år sedan. Persondatorerna och internet hade definitivt fått sitt genombrott men ändå hade bara 50 % av den svenska befolkningen tillgång till internet i hemmet år 2000⁴⁴. Det är ingen oansenlig del av befolkningen men står sig slätt mot de över 90 % som gäller idag. Alltså är det inte realistiskt att tänka sig att en slumpvis vald person idag har bra mycket mer datorvana än för tio år sedan.

Sellen och Harper genomförde en undersökning där de följde femton personers läsvanor på jobbet

42 Waller B, Intervju, 150310

43 Sellen A.J., Harper R.H.R., *The myth of the paperless office*, The MIT Press, 2002, sid 12

44 Findahl O, *Svenskar och Internet år 2000*, 2001, sid 10

under en längre tid. En av slutsatserna de kunde dra från undersökningen var att personerna mellan 75 och 91 % av tiden skrev samtidigt som de läste. Med skrev menas alla former av skrivande, så som att ta anteckningar, skriva direkt i texten man läser, skriva på dator, fylla i formulär med mera. Viktigt här är dock att notera att det enbart är "skriva direkt i texten" som kräver att man läser på fysiskt papper och enbart två av de femton undersökta personerna hade detta som huvudsaklig syssla. Det går att anteckna i exempelvis Kindle men det är både långsamt och klumpigt.

När Sellen och Harper diskuterar digitala alternativ till det fysiska pappret fokuserar de på datorer, mot vilka de har en rad invändningar. En är att det går långsamt att arbeta med datorer, dels för att själva maskinen är långsam och dels för att det kräver en högre nivå av kognitivt arbete⁴⁵. Vad gäller e-läsare tas de upp till och från i boken men kort kan man säga att de inte anses vara ett seriöst alternativ. Dock har författarna en mycket intressant idé om en e-läsare med dubbla skärmar vilka skulle kunna användas på olika sätt. Antag att man har text på den ena och skriver på den andra, alternativt att man kan ha två sidor uppe samtidigt, vilket skulle ge utrymme för korsreferenser, som vid hantering av fysiska papper⁴⁶.

3.3. Bibliotek

Antalet aktiva låntagare på folkbiblioteken runt om i Sverige är 2,7 miljoner vilka under 2009 lånade ca 58 miljoner böcker. Som kan ses i diagrammet nedan är lån på bibliotek det näst vanligaste sättet att införskaffa litteratur⁴⁷. I Kulturrådets rapport *Folkbibliotek 2008* redovisas inga siffror på hur många e-böcker som lånades ut⁴⁸.

Författare vars verk lånas ut på biblioteket går självfallet inte lottlösa, även om de inte heller blir rika. Sveriges Författarfond finansieras av staten och delar ut pengar till svenska författare, översättare och bokillustratörer för utlåning av deras verk genom de allmänna biblioteken. Denna ersättning går direkt till berörda upphovsmän i relation till hur mycket just deras verk utnyttjats. 2010 fick en författare 79 öre per lån och en översättare 39,5 öre⁴⁹.

Man kan låna e-böcker via biblioteket. Man laddar ned en bok i det format man vill ha, beroende på hur man tänkt läsa den. Antingen läser man på en dator eller så för man över filen till förslagsvis en e-läsare. Boken går sedan att läsa i 28 dagar varefter det inte längre går att öppna

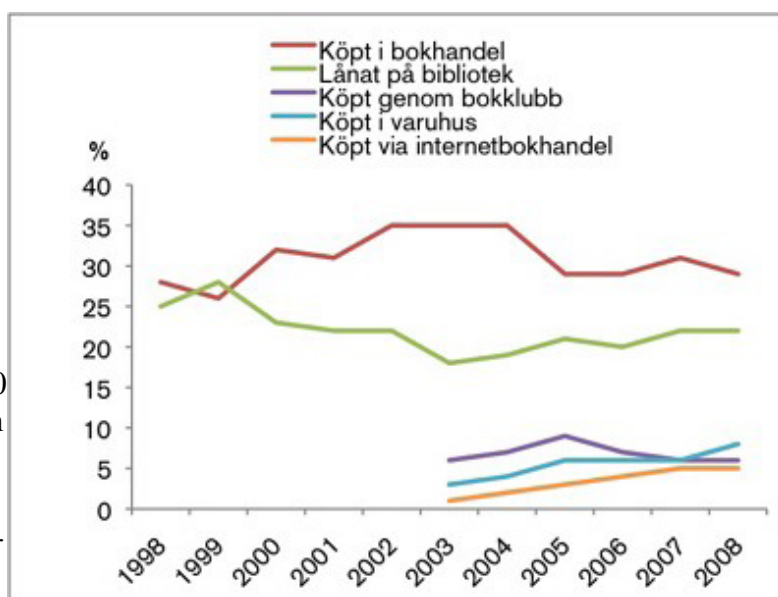


Illustration 13: Diagram över införskaffning av böcker i Sverige

45 Sellen A.J, Harper R.H.R, *The myth of the paperless office*, The MIT Press, 2002, sid 82-89

46 A.a, sid 157-158

47 Biblioteksforeningen, www.biblioteksforeningen.org, hämtad 040310

48 Kulturrådet, *Folkbibliotek 2008 Kulturen i Siffror*, 2009, 260410

49 Sveriges Författarfond, www.svff.se, läst 270410

filen. Vad gäller utbud finns det i dagsläget (4 mars 2010) strax över 1000 skönlitterära verk på svenska, för vuxna, att låna, om man går via Lidingö Stadsbibliotek. Utbudet skiljer sig åt något beroende på vilken kommun man bor i. Detta beror på att biblioteken själva kan välja bort vissa titlar. Biblioteken abonnerar på en tjänst från Elib vilka tillhandahåller de digitala verken. Elib tar ut en avgift på cirka 20 kr per utlånad e-bok och det är upp till biblioteken själva att sätta en övre gräns för hur många e-böcker de maximalt vill låna ut per månad⁵⁰.

3.4. Upphovsrätten och digitaliseringen

Även om detta arbete inte ämnar att behandla några komplicerade juridiska problem är det nästan oundvikligt att kortfattat nämna de frågor som uppkommer när intellektuellt skapade verk ska digitaliseras. Diskussionerna och turerna kring Google Books illustrerar problemen. På bokmässan i Frankfurt 2004 presenterade Google ett projekt kallat Google Print Library Project, numera känt som Google Books. Tanken var och är att skanna böcker och artiklar och göra dem tillgängliga online. Fem år senare, den 9 oktober 2009, släppte Google ett pressmeddelande om att de hade skannat tio miljoner böcker⁵¹. Vissa menar att Google utför en enorm bildningsgärning genom att tillgängliggöra verk för allmänheten medan kritikerna menar att det utgör ett potentiellt brott mot upphovsrätten av enorma proportioner.

Google Books har skapat en hel del kontroverser då de inte bara skannar böcker utan upphovsrättsskydd, utan även böcker som har det. Detta har lett till att Google har blivit stämde vid ett flertal tillfällen. I USA har Google nått en förlikning och samarbetar för tillfället med 20000 författare och publicister. Författare till böcker som fortfarande säljs kan själva reglera hur mycket av boken som ska gå att förhandsgranska och se till att det länkas till affärer där man kan köpa boken. Den stora förtjänsten med Google Books ligger dock i böcker som fortfarande är upphovsrättsskyddade men inte längre är tillgängliga i affärer. Med det nya avtalet kommer Google att erbjuda förhandsgranskning av dessa böcker samt möjligheten för läsaren att köpa hela boken digitalt. Har författaren invändningar mot detta kan han välja att inaktivera boken⁵². Att ge människor möjligheten att köpa verk som det inte längre finns några ekonomiska incitament att trycka nya upplagor av nämns också av Björn Waller på Elib som en av de stora fördelarna med att böcker blir digitala⁵³.

Kombinationen av internet och företag som i likhet med Google har en idé om att digitalisera och tillgängliggöra all världens litteratur har resulterat i ständiga immaterialrättsliga utmaningar. Ingen har väl undgått skivindustrins klagosång till följd av att försäljningen av CD-skivor minskade drastiskt. Att anledningen stavades Napster och så småningom The Pirate Bay och Spotify är väl inte heller någon överraskning för den normalupplyste konsumenten. Att kunna följa med i den tekniska utvecklingen men samtidigt kunna ge upphovsmännen betalt är en stor utmaning för aktörerna inom branschen.

Författare har enligt Sveriges grundlag rätt till sina verk. Då någon vill publicera verket har rättighetsinnehavaren rätt till ersättning. Dessa frågor behandlas främst i upphovsrättslagen. Upphovsmannen har ensamrätt på att framställa exemplar av sitt verk och om han så vill, sprida dessa till allmänheten. När verket publiceras ger upphovsrätten upphovsmannen en ideell rätt som

50 Waller B, Intervju, 150310

51 Google blog, googleblog.blogspot.com, hämtad 020310

52 a.a

53 Waller B, Intervju, 150310

innebär att verket ska behandlas med respekt och att upphovsmannen ska anges i enlighet med god sed. Bara för att man äger ett exemplar av verket har man inte rätt att varken göra nya exemplar eller sprida det - något som har blivit mycket enklare när verket har digitaliserats. Att kunna säkerställa den grundlagsskyddade ersättningen är därför kanske en av de allra största utmaningarna.

Ensamrätten är tidsbegränsad till utgången av sjuttionde året efter upphovsmannens dödsår. Detta innebär att det i många fall är enklare när det är gamla verk som digitaliseras.

För att återkomma till Google Books står förlagen i de 179 länder som omfattas av Bernkonventionen och dess skydd för litterära verk inför ett val – ska man vara med eller inte? Norstedts har tackat ja men Bonnier nej. Enligt Mats Söderlund i Sveriges Författarförbund gynnar ett avtal hos Google författaren mer än det avtal som till exempel Bonnier erbjuder⁵⁴.

3.5. Miljöaspekter

En digital bok kräver inte som sin fysiska kusin att man trycker eller distribuerar den. Detta sparar papper, bläck och transporter, vilka alla påverkar miljön.

Åsa Moberg och Clara Borggren har skrivit en rapport med titeln *Pappersbok och e-bok på läsplatta – en jämförande miljöbedömning* där det konstateras att en genomsnittlig bok påverkar miljön med 1-1,2 kg CO²-utsläpp. Den viktigaste utsläppskällan är själva pappersproduktionen, följt av transport, distribution och lagring⁵⁵. En e-bok påverkar miljön med ca 0,9 kg CO²-utsläpp per bok. Den i princip enda källan till utsläpp härrör från produktionen av e-läsaren⁵⁶.

Den stora skillnaden i det som tagits upp ovan är vad som avgör den total mängden utsläpp. Utsläppen från en fysisk bok grundar sig i antalet böcker som trycks. Säljs det fler böcker trycks det fler och utsläppen blir större. I fallet med digitala böcker är det istället antalet e-läsare som avgör utsläppens storlek och därmed är det antalet böcker en genomsnittlig användare läser på sin e-läsare som måste ställas i relation till miljöpåverkan från den trycka motsvarigheten. I rapporten har beräkningarna gjorts på att e-läsarens ägare under en tvåårsperiod läser 48 böcker. Som påpekas i studien är inte tidsaspekten särskilt relevant, utan det handlar om antalet lästa böcker⁵⁷.

I rapporten konstateras att "för att en e-bok ska vara fördelaktig ur miljösynpunkt jämfört med en pappersbok med hård rygg behöver e-läsaren användas relativt mycket"⁵⁸. I en intervju med DN är en av författarna mer specifik och anger att om man läser 33 böcker på en e-läsare börjar valet löna sig ur miljösynpunkt. Dock påpekar hon att detta bara gäller inbundna böcker. Jämför man med pocketböcker krävs det "betydligt fler än 33 böcker"⁵⁹.

54 Söderlund M, *Googles avtal bättre än Bonniers*, publicerad 150509, läst 180510

55 Borggren A, Moberg Å, *Pappersbok och elektronisk bok på läsplatta – en jämförande miljöbedömning*, sid 11

56 a.a, sid 12

57 a.a., sid 9

58 a.a, sid 21

59 Söderling F, *Läsplatta inte miljövänligare än pappersbok*, publicerad 271109, läst 020310

3.6. Tidningar

Ett annat område som kan vara intressant att titta på i samband med detta arbete är tidningar. Studier visar att konsumenter går allt mer från traditionella papperstidningar till deras motsvarigheter på internet när de letar efter nyheter⁶⁰. Med detta sagt vill vi undersöka hur pass aktuellt det är med tidningar i e-läsare, samt vilka faktorer som avgör deras eventuella framgång.

Möjligheten att prenumerera på tidningar i elektroniskt format direkt i sin e-läsare finns redan hos bland annat Amazons Kindle, via vilken man kan få tillgång till en hel del tidningar i USA⁶¹. Samtidigt som tidningsföretagen hoppas på att e-läsarna ska innebära en revolution som räddar dem från förlusterna som är ett faktum idag, finns det anledning att tro att det inte är mer än just hopp. Ett stort problem för dagstidningar är att de inte är aktuella i dagens uppkopplade samhälle. I och med att nyhetsartiklarna måste skrivas ner och tryckas på papper ligger nyheterna alltid en dag efter internet, där artiklar kan publiceras och läsas minuter efter att händelsen som beskrivs skett. Om prenumerationerna ser ut som de gör på Kindle, där det i princip fungerar som en prenumeration på en fysisk tidning med ett färdigt exemplar om dagen, så är detta problem kvar trots att man går över till det elektroniska formatet⁶².

En lösning kan vara den trådlösa uppkopplingen som en del e-läsare är utrustade med. Om tidningarna för e-läsarna utformas mer som tidningarna på nätet öppnas flera möjligheter till att leverera aktuellt innehåll i realtid. Detta ställer givetvis större tekniska krav på maskinerna och medför att prenumerationens form behöver förändras. Den enda e-läsaren som har visat tecken på att klara av dessa moment hittills är Apples iPad. Eftersom iPad i princip fungerar som en dator och har en avancerad skärm kan tidningsförlagen göra mycket mer än vad de skulle kunna göra till en e-läsare vars skärm bygger på svartvit e-inkteknologi. Om användaren dels får det absolut senaste varje gång han eller hon öppnar den elektroniska tidningen och dels kan navigera smidigt med hjälp av touchfunktionen så ser framtiden plötsligt ljusare ut för utgivare som vill satsa på bärbar elektronik. Dessutom kommer en maskin som iPad öppna upp för mer interaktivitet och möjligheten att till exempel bädda in ljud- och videoklipp i tidningarna vilket givetvis inte har gjorts i tidningsform tidigare, annat än just online.

Däremot finns det ett annat problem som måste bemötas av tidningsutgivarna när de väljer att gå över till elektronisk form. Reklamplats har generellt sett alltid kostat väsentligt mer i fysiska tidningar än på internet, och det är svårt att tänka sig att någon skulle betala det pris som en annons i en tidning har för att ha en annons i en onlinetidning⁶³.

60 Carlström, Sundström, *Hur viktig är en nätstidning som nyhetsmedium för tidningsföretag*, KTH, 2006

61 Amazon, www.amazon.com, hämtad 190310

62 TechCrunch, www.techcrunch.com, hämtad 190310

63 NiemanLab, www.niemanlab.org, hämtad 190310

3.7. Musikindustrin

Digitaliseringen av musik tillsammans med en explosiv framfart för internet innebar en enorm förändring inom musikindustrin som länge hade förlitat sig på skivförsäljning som sin starkaste inkomstkälla. Plötsligt var termer som MP3, Napster, iPod och torrent vardag hos miljontals datoranvändare och hela bilden av musikbranschen kastades om. Kommer e-läsarens och e-böckernas intåg innebära samma kaos för förlagsbranschen som MP3-spelaren innebar för skivindustrin? Med en analys av musikindustrins utveckling under interneteran hoppas vi kunna få en indikation om vad bokindustrin har att se fram emot.

Bara i Sverige kan man se statistik på att skivbolagens försäljning av skivor har gått från över 1,5 miljarder kronor år 2002 till ungefär 780 miljoner år 2008⁶⁴. Skillnaden är enorm och orsaken är givetvis att fler och fler människor i Sverige fick allt snabbare tillgång till internet och att möjligheterna till nedladdning av musik blev allt större under 2000-talet. Samma scenario utspelades i alla länder som hade en teknologisk utveckling motsvarande Sveriges, och skivindustrin visade sig länge vara inkapabel till att anpassa sig till situationen. Istället för att hitta alternativa försäljningskanaler där internet ses som en möjlighet istället för ett hot, var skivbolagen länge inställda på att bevara skivförsäljningen genom att bland annat med hjälp av lobbying och stämningar av mjukvarutillverkare göra det svårare att använda sig av illegal fildelning.

Denna kamp visade sig vara näst intill omöjlig för skivbolagen att vinna då varje framsteg bemöttes av en snabb kontring från omvärlden. Napster må ha stängts ner, men det dröjde inte länge innan KaZaA, LimeWire och många andra liknande program tog över stafettpinnen. Även under senare år kan man se exempel på denna kamp med bland annat IPRED-lagen (Intellectual Property Rights Enforcement Directive). Lagen innebär, väldigt förenklat, att organisationer och företag får rätten att kräva användaruppgifter från internetleverantörer om de misstänker att brott mot upphovsrättslagar har begåtts, varefter de via domstol kan kräva skadestånd av användaren⁶⁵. Införandet av lagen bemöttes omedelbart av mängder av sätt att undvika den med hjälp av olika tjänster för anonymt surfande⁶⁶.

Industrin förstod sakta men säkert att andra distributionsmetoder behövdes för att de skulle överleva krisen. År 2003 kom den första tjänsten för laglig nedladdning av musik som slog igenom ordentligt i form av Apples iTunes. Denna utveckling visade att allmänheten var villig att betala för sig om tjänsten lyckades bemöta den tillgänglighet och bekvämlighet som piratnedladdning erbjöd till ett förmånligt pris⁶⁷. Apples framgång förstärktes med ett matchande stycke hårdvara i form av iPod som gav användaren möjligheten att ta med sig musiken från datorn på ett smidigt och praktiskt sätt.

Industrin för e-böcker har knappast visat tecken på att bedriva någon häxjakt mot pirater ännu, men å andra sidan har marknaden inte varit i närheten av lika explosiv som för den motsvarande inom musikvärlden. Företag som Amazon har lärt sig av Apples framgångar och synkroniserat sin hårdvara med sin mjukvara för att ge kunden ett utbud som täcker behoven. Efter att ha pratat med Björn Waller på Elib och Mattias Boström på Piratförlaget bekräftades dessa spekulationer ytterligare. Båda hävdar att e-boksindustrin anser att man inte tjänar någonting på att jaga pirater, utan att rätt väg att gå är att skapa en bekvämlighet för kunden som den illegala marknaden aldrig

64 Lindahl C, Sjögren A, Skarin T, Tervaniemi D, *Den nya musikindustrin*, Lunds Universitet, 2009, sid 7

65 Öhman J, *Det här är Ipred*, Dagens Nyheter, publicerad 031208, läst 020310

66 Alexandersson F, *Ipred stoppar bara amatörer*, Expressen, publicerad 010409, läst 020310

67 McLeod K, *MP3s are killing home taping*, Popular music and society, sid 526

kan uppnå. Kringtjänster som till exempel att användarens böcker finns hos utgivaren ifall denne skulle tappa bort sin läsare, tillgänglighet med uppkoppling direkt i e-läsaren, samt affärsmodeller som ska vara fördelaktiga för kunden ska förhoppningsvis se till så att konsumenterna inte känner behovet av att söka sig till piratversioner av böcker.

Kapitel 4: Diskussion och slutsatser

4.1. Teknik

Tekniken hos de e-läsare som finns och säljer någorlunda bra idag (främst Amazons Kindle, Sonys Reader, och Barnes & Nobles Nook) är inte någonting som imponerar i dessa tider. Svartvit skärm med e-ink som har en uppdateringstid på flera sekunder, klumpig touchnavigation, och bristande möjligheter till direktuppkoppling är saker som gör e-läsare till gammal teknologi i jämförelse med till exempel en mobiltelefon som kostar lika mycket. De flesta är idag vana vid datorer, TV-apparater, mobiler, och MP3-spelare som har snabba färgskärmar vilket gör att dagens e-läsare, även om de kanske är ämnade att användas till att läsa svartvita böcker, inte är attraktiva för konsumenten. Vidare kan man hävda, vilket även Mattias Boström på Piratförlaget påpekade, att e-läsare måste vara kompatibla att klara av mer än endast e-böcker för att kunna etablera en lönsam marknad⁶⁸. Att bara kunna visa e-böcker med en avslappnande skärm utan bakgrundsljus klarar dagens e-läsare redan av, men för att marknaden ska växa behövs stöd för bland annat tidningar, magasin och möjlighet till uppdateringar i realtid.

Det är däremot väldigt enkelt att konstatera att teknologin är det minsta hindret i e-läsarens väg till framgång. Företag visar upp nya apparater med allt bättre teknik på varje ny elektronikmessa, och alla problem som diskuterats ovan löses ett efter ett. Som exempel kan vi ta Apples iPad. Den har ett oerhört smidigt och användarvänligt gränssnitt, en skärm som klarar av allt från enkel svart text på vit bakgrund till filmer i HD-upplösning, och väldigt bra möjligheter till snabb uppkoppling med både 3G och WLAN. En sak som man skulle kunna anmärka, däremot, är att skärmen hos iPad har bakgrundsljus, vilket gör att den kan irritera ögonen om man sitter och läser en e-bok i flera timmar. Men även det problemet kommer snart att elimineras, vilket man börjar se bland annat hos företaget Qualcomm som med sin skärmteknologi Mirasol har utvecklat en strömsnål skärm utan bakgrundsljus som ändå klarar av både färg och uppdateringshastigheter snabba nog att spela upp videoklipp⁶⁹.

Den framtidsvision som vi efter studier och intervjuer anser är den mest rimliga vad gäller tekniken hos e-läsare är att marknaden kommer att delas upp i två ”läger”. Det ena kommer att bestå av e-läsare som inte bara är e-läsare, utan multimediamaskiner som är starkt beroende av internetuppkoppling och ger användaren tillgång till allt som en vanlig dator gör, vilket idag kan ses hos iPad. Det andra lägret består av de e-läsare som är enklare och har större fokus på just e-böcker. Dessa kommer att utrustas med internetuppkoppling för tillgång till böcker, tidningar och magasin, men kommer inte att vara lika mångsidiga. Denna uppdelning ter sig naturlig då det ofta finns en uppdelning mellan konsumenter som vill ha det bästa och mesta, och de som bara vill ha en apparat som gör det som efterfrågas. Man kan se att en sådan fördelning har uppnåtts och vidhållits på marknaden för MP3-spelare (som tack vare extrem dominans under flera år är synonym med Apples utbud av MP3-spelare). De spelare som har etablerat en stabil plats på marknaden är iPod Nano och iPod Touch. Den första är en klassisk MP3-spelare som i princip endast är ämnad att spela upp musik men även har några små andra funktioner, som foto- och videohantering, medan den andra är en apparat fullspäckad med möjligheter, främst tack vare sitt stöd för tredjepartsapplikationer och sina uppkopplingsmöjligheter. Denna uppdelning är något som enligt oss med högsta sannolikhet kommer att upprepas i marknaden för e-läsare, även om det kan ta flera år innan stabilitet uppnås.

68 Boström M, Intervju, 220310

69 Mirasol, www.mirasoldisplays.com, hämtad 260410

4.1.1. Kreativt förstörande

Ekonomen Joseph Schumpeter från Österrike-Ungern myntade i början av 1900-talet begreppet ”creative destruction”, kreativt förstörande. Han hävdade att det är oerhört viktigt att förstå att kapitalism är en evolutionär process. Till sin natur är det en form för ekonomisk förändring. Kapitalism är inte något stationärt och det kan det heller inte vara. Detta gör att branscher ständigt revolutioneras från insidan, det vill säga att det gamla förstörs och det nya byggs upp. Oftare än inte är innovatörer inte desamma som de stora spelarna i branschen. Som exempel kan vi ta Apple och deras iPod. Innan iPod släpptes hade Apple aldrig haft något med musikindustrin att göra över huvudtaget. Ett annat exempel är Amazon med sin Kindle. De är det företag som hittills har haft störst framgång på marknaden för e-läsare och har slagit företag som Sony och Microsoft som rent logiskt kanske borde ha haft ett stort försprång. Schumpeter talar om entreprenören som en person, men det går lika bra att applicera begreppet på ett företag. Svårigheten med att vara entreprenör är att man är först och därför inte har några riktlinjer. Man rör sig så att säga i blindo. Det finns ett par andra problem, varav ett är att samhället hyser ett inbyggt motstånd mot sådant som är nytt. Även här går det att dra paralleller till Amazons Kindle. Om vi låter bok- och förlagsbranschen representera samhället och Amazon entreprenörer kan vi tydligt se att det funnits både motstånd och osnitslade vägar⁷⁰.

Begreppet ”creative destruction” kan definitivt appliceras på marknaden för e-läsare då denna med största sannolikhet kommer att bytas ut helt och hållet inom de närmaste åren. Även den e-läsare som har högst marknadsandel och hittills har sålt i flest exemplar, Amazons Kindle, är långt ifrån tillräckligt utvecklad för att överleva den expansion av e-läsar- och e-boksmarknaden som kommer att ske under kommande år. Precis som hos datorer kommer ny teknik som löser de nuvarande problemen att träda fram i snabb takt så fort marknaden har etablerats.

4.2. Pirathotet

Liksom vi tidigare i arbetet har diskuterat blev musikindustrin fullkomligt överrumplad av den extrema mängden piratkopierad musik och de många möjligheterna till fildelning som dök upp i digitaliseringens släptåg. Man kan konstatera att bokbranschen har haft tur då dess digitalisering av olika anledningar inte tog fart förrän flera år efter musikindustrins. De misstag som skivbolag och andra inblandade gjorde är mycket enklare att undvika nu, och mentaliteten återspeglas självklart i lärdomarna som har dragits från den tiden. Alla som vi har pratat med under arbetets gång är eniga om att jakten på pirater gör mer skada än nytta och anser att de flesta inom bokbranschen känner likadant. Komplicerade stöldskydd i form av DRM (Digital Rights Management) ersattes för flera år sedan med enkel vattenmärkning av filerna och inställningen är att man ska klara av pirathotet genom att erbjuda någonting som gör det lagliga alternativet överlägset. Mattias Boström på Piratförlaget konstaterar att förlagens viktigaste steg i bekämpningen av pirater är att skapa en bekvämlighetsfaktor för kunden och samtidigt ha rimliga priser⁷¹. Med det menas till exempel att de som säljer e-böcker ska erbjuda tillgänglighet, så som direktuppkoppling till affären i kundens e-läsare, och kringtjänster som till exempel att användarens bibliotek sparas på leverantörens server så att det kan återskapas ifall e-läsaren skulle gå sönder eller bli stulen. Om man dessutom presenterar affärsmodeller som gör det enkelt för användaren att få precis det han eller hon vill ha till ett förmånligt pris (exempelvis mikrobetalning för specifika kapitel) så kommer man att skapa goda förutsättningar för att minimera pirathotet. Denna typ av affärsmodell har visat sig vara väldigt

70 Schumpeter J, *Capitalism, socialism and democracy*, George Allen & Unwin, 1976, sid 82-83

71 Boström M, Intervju, 220310

framgångsrik bland annat hos smartphones där man väldigt enkelt kan tillhandahålla just de applikationer man vill ha till ett förmånligt pris.

4.3. Alternativ till e-läsare

När det kommer till litteratur i digital form är e-läsarnas främsta alternativ, vilket vi tidigare har tagit upp, datorer och mobiltelefoner.

4.3.1. Datorer

Vad gäller specifikt e-böcker så kan man enkelt konstatera att datorer inte är något likvärdigt substitut till e-läsaren, på grund av bland annat klumpighet och skärmar med bakgrundsljus. Ett väldigt starkt bevis på detta är att e-böcker både har producerats och funnits tillgängliga för konsumenter i många år, men att försäljningen av dem har varit näst intill obefintlig fram till i princip det senaste året⁷². Att läsa e-böcker en längre tid vid en dator är helt enkelt för otympligt för att intresset ska finnas hos konsumenten. När det kommer till tidningar och tidskrifter är situationen inte riktigt densamma. Tidningar som Aftonbladet och Expressen har länge haft framgångsrika varianter på nätet och mängden av information i form av bland annat bloggar vittnar om att användare i allra högsta grad använder datorer för att läsa kortare texter. Av denna anledning kan datorn ses som en kvalificerad konkurrent till e-läsaren när det kommer till läsning av tidningar och tidskrifter. Tar man även till hänsyn att den mesta informationen på internet är kostnadsfri så kan man konstatera att datorn definitivt försvårar tidningars övergång till e-läsaren.

Att datorn kommer att vara ett viktigt komplement till e-läsaren är en självklarhet. Synkronisering och säkerhetskopiering av användarens bibliotek, möjligheten att ladda ner böcker via datorn och möjligtvis överföring av musik som man vill lyssna på medan man läser är alla funktioner som redan är självklara för användare av smart phones och definitivt någonting som kommer att vara en del av e-läsaranvändarens vardag.

4.3.2. Mobiltelefoner

Man kan se att mobiltelefoner (generellt smart phones) är klart mer potenta konkurrenter till e-läsaren än datorer, bland annat via den relativt försäljningen av e-böcker i Japan som har diskuterats tidigare i arbetet, vilken till största del sker direkt i mobiltelefoner⁷³. Den självklara fördelen hos mobilen är att man i princip alltid har den med sig, varför det blir enkelt att ta upp den och läsa medan man till exempel är på väg till jobbet eller skolan. Nackdelarna i form av bakgrundsljus, liten skärm och kort batteritid gör däremot att inte mobiltelefoner heller är en fullvärdig ersättare till e-läsaren och fungerar mer som ett komplement. En viktig funktion hos mobiltelefonen, liksom hos datorer, kommer att vara möjligheten att synkronisera sitt bibliotek. Att kunna läsa en bok på sin e-läsare hemma på kvällen och sedan automatiskt kunna fortsätta i mobilen på väg till jobbet är ett perfekt exempel på en kringtjänst som diskuterades i stycket om piratnotet. Denna möjlighet erbjuds redan av Amazon som har en applikation till iPod Touch och iPhone vilken synkroniserar böcker som användaren har köpt i Kindle Store.

⁷² Waller B, Intervju, 150310

⁷³ Andersson S, *E-boken – Lätt att göra, svår att sälja*, Svenska Förläggarföreningen, 2009, sid 14

4.4. Tidningar

E-läsare skulle kunna innebära en fantastisk möjlighet för tidningsutgivarna. Men liksom Norbert Andersson skriver i Affärsvärlden är steget från tidningen i pappersform till den fullkomligt elektroniska så pass stort och osäkert att det kommer att vara både riskfyllt och kostsamt att ta det⁷⁴. Givetvis har en tidning i elektroniskt form en extrem fördel i aktualitet gentemot den tryckta tidningen, och att producera en digital tidning ger enorma kostnadsbesparingar då man slipper både materialkostnader och distributionskostnader. Dessa fördelar kommer eventuellt att leda till en total övergång till det digitala, men det kommer att dröja många år innan det händer. Så fort hårdvaran, själva e-läsarna, har utvecklats och stabiliserats nog för att det ska vara lönsamt att satsa på exempelvis prenumerationstjänster på dem så kommer processen åtminstone att sättas igång. Det är med andra ord säkert att säga att både e-läsare och affärsmodeller måste genomgå en förändring och anpassning till det ”nya” kommunikationsmediet för att tidningarna ska ha någon chans att förbli relevanta på den elektroniska marknaden.

4.5. Miljö

Ur ett miljöperspektiv är det enkelt att anse att e-böcker är framtiden. Tidigare i arbetet tog vi upp att man slipper utsläpp kopplade till produktionen av pappersbaserade böcker som kommer från bland annat pappersproduktion, tryck, distribution och lagring om man går över till e-böcker. Att själva e-läsaren däremot ”kostar” så mycket miljömässigt att man måste läsa ca 33 böcker för att det ska löna sig för miljön att ha en e-läsare i jämförelse med att köpa inbundna böcker är däremot någonting som talar emot miljövänligheten hos e-läsarfenomenet. Detta argument är giltigt om man inte räknar in tidningar och tidskrifter i ekvationen. När e-läsare är tillräckligt bra för att tidningarna ska gå över till det elektroniska alternativet kommer miljöpåverkan däremot att förändras dramatiskt då de miljarder tidningar som trycks dagligen kommer att ersättas av ettor och nollor. Allt detta är givetvis väldigt spekulativt då det är svårt att veta säkert hur övergången kommer att ske och vilka miljömässiga effekter digitaliseringen av litteratur kommer att ha i slutändan.

4.6. Bibliotek

Bibliotekstjänsten kan vara en viktig pjäs för e-läsarnas framgång om den utformas på ett bra sätt. Föreställ dig att du, via ett medlemskap på biblioteket och en e-läsare med 3G-uppkoppling, har möjligheten att låna vilken bok som helst var du än befinner dig med några knapptryck. Systemet som det ser ut nu, där biblioteken betalar Elib en viss summa pengar per utlånad bok och sätter ett tak för hur många böcker som får lånas ut per månad fungerar bra idag och ett tag framöver, men i takt med att e-läsare blir alltmer populära och att försäljningen ökar kommer affärsmodellen med största sannolikhet att behöva bytas ut för att hålla takten. Detta problem är dock givetvis väldigt avlägset då marknaden för e-läsare fortfarande har några år kvar att mogna och tjänsten som beskrevs tidigare fortfarande endast är en idé.

74 Andersson N, Affärsvärlden nr 12, publicerad 240310, läst 240310

4.7. Det papperslösa kontoret

Författarna till *The Myth of the Paperless Office*, Harper och Sellen, har onekligen rätt: att ersätta papper på arbetsplatsen är ingen lätt uppgift. Inte heller finner vi någon anledning att tro att e-läsarna skulle klara av det. Dock måste det påpekas att felet inte ligger hos e-läsarna utan i jämförelsen. Den är helt enkelt orättvis då ingen e-läsare på marknaden idag sägs vara vuxen uppgiften. Att en produkt inte klarar av en uppgift den inte är ämnad att klara av är inget negativt, även om uppgiften är närbesläktad med det produkten faktiskt är tänkt för. Slutsatsen blir alltså att det är svårt att se detta som ett misslyckande för dagens e-läsare, utan snarare ett problem som mycket väl kan komma att lösas av kommande generationer.

4.8. Studentlitteratur

Studentlitteratur skiljer sig från skönlitteratur på två punkter varav den första är priset. Studentlitteratur tenderar att vara oerhört mycket dyrare än skönlitteratur. Det andra är anledningen till varför man köper litteraturen. En skönlitterär bok köper man för att man vill, studentlitteratur köper man oftast för att det är ett krav för kurserna som man läser. Att priset på studentlitteratur är så pass högt beror delvis på att den trycks i små upplagor, vilket gör att tryckkostnaden per bok blir hög. Dock är detta den enda delen av kostnaderna som skulle påverkas av en digitalisering. Detta betyder ingalunda att det inte finns pengar att spara. Läser man en skönlitterär bok vill man (så till vida den inte är erbarmligt dålig) läsa den från pärm till pärm. Med studentlitteratur förhåller det sig annorlunda. Allt som oftast är det bara ett par kapitel som ska läsas och där finner vi nyckeln till att spara pengar, nämligen att låta studenter köpa enbart de kapitel de behöver.

Vidare skulle det gå att spara en hel del pengar med hjälp av reklam. På sätt och vis är det en strålande idé. Exempelvis bryts oftast ingen stämning av den enkla anledningen att litteratur av detta slag vanligtvis inte förlitar sig på att bygga upp någon stämning. Den stora nackdelen är att det blir svårt att garantera att boken är opartisk om den är finansierad med reklam. Företag är antagligen inte särskilt intresserade av att göra reklam i en bok som ställer dem i dålig dager, varför det kan finnas risk för att de försöker att påverka bokens innehåll. Å andra sidan kan man argumentera att studenter redan idag använder sig av studentlitteratur som är allt annat än opartisk. I en del kurser läser eleverna böcker skrivna av samma lärare som håller i kursen. Är det för att just de böckerna är de bästa, eller för att läraren tjänar pengar på att eleverna köper boken? Det finns inget självklart svar, men det illustrerar faktumet att utbildningens opartiskhet redan komprometteras utan att någon protesterar. Vidare finns det redan idag företag, exempelvis Studentia, som tillhandahåller gratis studentlitteratur som finansieras med reklam⁷⁵.

En annan tänkbar lösning vore någon form av abonnemang. Med det menar vi att en student betalar en klumpsumma varje termin och får tillgång till all litteratur som kommer att behövas. Detta sätt att tillhandahålla litteratur skulle vara komplicerat att utföra med fysiska böcker på grund av bland annat problem med logistik och slitage, medan det med e-böcker skulle vara oerhört enkelt.

Som synes tror vi att studentlitteratur kommer att bli billigare tack vare digitaliseringen och att pengarna kommer att sparas genom en kombination av reklam, mikrobetalningar och abonnemang.

⁷⁵ Studentia, www.bookboon.com, hämtad 210410

4.9. Alternativa affärsmodeller

4.9.1. Reklam

Vi tror inte att reklam är framtiden för e-böcker, men däremot att det är en del av framtiden. En affärsmodell där konsumenterna antingen får tillgång till produkten gratis men med reklam eller betalar och då slipper reklam är idag ingen ovanligt. Denna typ av lösning har funnits länge inom TV-branschen. TV4 finansieras med reklam men är i gengäld gratis för konsumenterna, medan Canal+ kostar 299 kr i månaden men är reklamfri. Mer aktuellt för denna uppsats är kanske Spotify som tillhandahåller gratis musik men då och då tvingar användaren att lyssna till en stunds reklam. Alternativet är att användaren betalar hundra kronor i månaden och då slipper reklamavbrotten. Anledningen till att en likartad lösning inte funnits för böcker diskuterades tidigare i uppsatsen. Att hitta företag villiga att göra reklam skulle kosta mer än vad förlaget skulle dra in på att sälja reklamplatserna. Digitaliseringen av böcker möjliggör däremot ett annat sätt att göra reklam.

När det kommer till det estetiska och oron för att stämningen skulle brytas av reklam tror vi att detta inte är ett stort bekymmer för konsumenten. Däremot kan det mycket väl stämma att författare inte vill ha reklam i sina verk men vi skulle samtidigt vilja peka på att upphovsmännen inom andra kulturformer har accepterat reklam. Om det nu går bra i TV, varför skulle det inte fungera med böcker? Folk kanske inte uppskattar reklamavbrott när de ser på film, men accepterar dem då de vet att det utan dessa inte skulle visas någon film. Att stämningen bryts kan diskuteras, men återigen vill vi peka på film i TV. Filmerna är inte gjorda med tanke på reklamavbrott och stämningen bryts definitivt, ändå är det en lösning som accepteras av så gott som alla inblandade.

Vi tror alltså att det kommer att finnas två versioner av e-böcker. En billigare, kanske till och med gratis, med reklam och en dyrare, utan reklam.

4.9.2. Abonnemang

Abonnemang är något vi tror starkt på. Anledningen därtill är att det har visat sig vara en hållbar intäktsmodell inom andra kulturformer, exempelvis Spotify och filmtjänsten Netflix. Dessutom finns det redan en motsvarighet för litteratur idag, nämligen bokcirkel. Förr eller senare tror vi att dessa bokcirkel tar steget i i den digitala tidsåldern. Vidare torde det vara en smal sak att hålla koll på vad som läses och därmed att fördela intäkterna på ett korrekt sätt till upphovsmännen.

4.9.3. Mikrobetalning

Vad gäller mikrobetalningar tror vi framförallt på möjligheter att köpa specifika kapitel av böcker. Detta torde bli speciellt populärt inom studentlitteraturen. Vidare tror vi att möjligheten att köpa korta stycken av böcker, för att "prova på" kommer att bli populärt. Däremot är vi inte lika övertygade om att följetonger kommer att slå igenom. Detta beror på att det i dagsläget inte finns särskilt många författare som skriver på det sättet, vilket i sin tur innebär att det inte finns några läsare för genren. Då det en gång var en populär genre torde det vara fullt möjligt att den återigen hittar läsare, även om vi tror att omfattningen blir aningen begränsad, då en av anledningarna till att den var populär var att den inte konkurrerade med andra medier.

4.10. Priset på litteratur

4.10.1. Priset

Att en avgörande faktor för e-bokens framtid är priset på e-läsarna är alla som vi har talat med relativt överens om, dock talas det mindre om priset på e-böcker. Vi är övertygade om att priset på e-böcker måste sjunka innan e-boken kan slå igenom på allvar. Johan Svedjedal, kolumnist i DN, berättar om sin syn på huruvida e-läsaren kommer bli framgångsrik: ”då gäller det att branschen inte dödar e-böckerna med prisvapnet. För e-böcker tävlar inte bara mot andra böcker, utan mot allt annat som finns gratis på internet⁷⁶.”

Prissättningen på e-böcker som den ser ut nu är högst märklig. I skrivande stund tar Adlibris 39 kr för pocketversionen av *Snabba Cash*, men för samma bok som e-bok vill de ha 95 kr, det vill säga mer än dubbelt så mycket. Om det vore en isolerad händelse skulle det inte vara något problem, men situationen är snarare en regel än ett undantag. Vilken konsument skulle få för sig att det är en bra idé att först betala 2000 kr för en e-läsare för att sedan betala dubbelt så mycket för en e-bok jämfört med att köpa den som vanlig bok? För att belysa problemet ytterligare finns illustration 14 nedan som jämför hur snabbt det lönar sig att köpa en e-läsare och digitala böcker jämfört med att köpa fysiska böcker. E-läsaren vi använder i exemplet är den billigaste på marknaden, Letto, för 1495 kr och vi har använt oss av det genomsnittliga priset på de tio populäraste skönlitterära böckerna på Adlibris den 8:e april 2010. Snittpriset var 152,8 kr för en inbunden bok, 39,2 kr för en pocketbok och 117,8 kr för en e-bok. Som synes i diagrammet krävs det att man köper 43 st inbundna böcker för att göra en ekonomisk besparing på om man köper en e-läsare. Tänker man sig istället att konsumenten väjer mellan att köpa e-böcker och pocketböcker blir den elektroniska lösningen aldrig en bra affär om priserna ser ut som de gör idag. Samtidigt ska man vara på det klara med att det finns anledningar till att priset är så pass högt vilka kommer att diskuteras i nästa stycke.

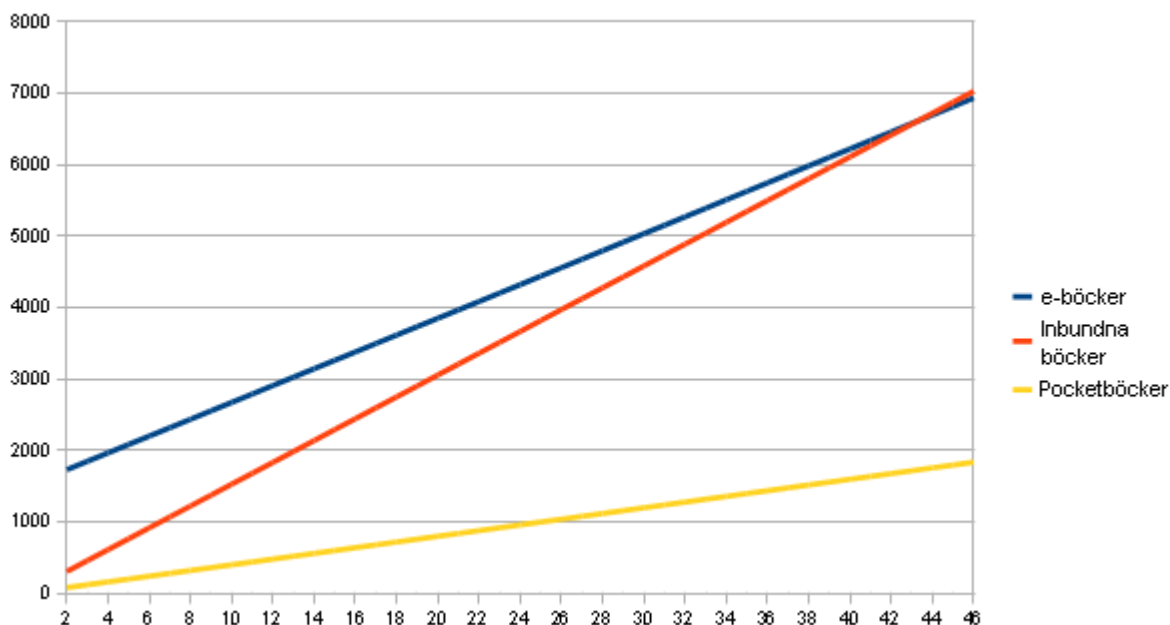


Illustration 14: Jämförelse av prissituationen för e-bok (inklusive e-läsare), inbunden bok och pocketbok. (Y-axel – kronor, X-axel – antal böcker)

76 Svedjedal J, *Bokkrönika*, Dagens Nyheter, publicerad 170410

4.10.2. Kan en e-bok säljas billigare?

För att kunna reflektera över e-bokens pris och vad som kan göras för att sänka priset måste vi undersöka varför den kostar som den gör. Med andra ord måste vi titta på marknaden som den ser ut idag. I dagsläget får författaren 14 %, förlaget 38 %, bokhandeln 42 % och staten 6 % av intäkterna då en inbunden bok säljs i en fysisk butik. Säljs boken istället över internet ser procentsatserna annorlunda ut, men de faktiska beloppen är desamma för alla utom för bokhandeln som förlorar ca 47 % av sina intäkter. Internetbokhandlar som Adlibris har inte lika god marginal som dess fysiska motsvarigheter men har å andra sidan lägre omkostnader. Detta är naturligt då de inte behöver ha personalintensiva butiker med attraktivt läge varför de kan hålla vinsten uppe trots lägre intäkter.

Säljs en digital bok ser uppdelningen av pengar ut ungefär som följer: staten 20 %, återförsäljaren 20-25 % och förlaget 55-60 %. Förlagets intäkter delas sedan upp mellan förlaget och författaren.

Det finns alltså fyra intressenter vad gäller priset på en bok. Om priset ska kunna sänkas måste en eller flera av dessa minska sina inkomster. Låt oss se vilka möjligheter som finns och låt oss börja med staten. Att det är 25 % moms på e-böcker men bara 6 % på fysiska böcker är givetvis ett hinder för att sänka priserna på e-böcker men en ändring av reglerna bör vara på gång⁷⁷. Att en momssänkning skulle leda till lägre priser på böcker är inte givet. Det skulle lika gärna kunna leda till bibehållet pris men med bättre marginaler för övriga inblandade. Dock sjönk priserna efter att momsen sänktes på fysiska böcker och därför anser vi det rimligt att en sänkt moms på digitala alster skulle leda till samma sak. Att en prissänkning skulle ta sin början med vad författarna tjänar är inte realistiskt av två skäl. För det första tjänar en författare redan i dagsläget relativt lite, varför en minskad inkomst skulle försämra möjligheterna att skriva avsevärt. Det andra skälet är starkare och det är att även om författarnas arvoden halverades skulle det bara sänka bokpriset med 7 %, vilket betyder att en inbunden bok i så fall skulle kosta 204 kr istället för 219 kr. Som synes är det inte författarnas andel som är den mest avgörande för priset. Då återstår att undersöka förlagen och återförsäljarna.

Vad gäller återförsäljare av fysiska böcker har vi valt att inte titta närmare på dem då vi anser att de redan idag är så pass effektiva de kan vara, givet sin affärsidé. Om en e-bok skulle säljas på Akademibokhandeln skulle det inte innebära några större skillnader i kostnader, varför det inte heller torde ge några möjligheter att sänka försäljningspriset. Den typ av återförsäljare som har möjligheten att vara mer effektiva är mer specialiserade sådana.

Detta lämnar oss med förlagen. Bryter man ned förlagets uppgifter ser man att det de gör är att trycka boken, trycka recensionsexemplar, distribuera boken till återförsäljare, marknadsföra boken, göra design, ta författarporträtt och utföra en hel del redaktionellt arbete. Att publicera en e-bok kräver inte allt detta. Att kostnaderna för att trycka alstret, samt att distribuera det faller bort säger sig självt. Design och författarporträtt går att göra själv, även om kvaliteten i viss mån blir lidande. Dock kan man tänka sig att design är viktigt framförallt då det gäller fysiska böcker. En digital bok har inte samma estetiska krav. Den ska inte tilltala konsumenterna på samma sätt i en boktrave, den ska inte agera prydnad i en bokhylla och den ska inte visas upp på, säg tunnelbanan. Enligt Mattias Boström lägger Piratförlaget ca 58000 kr på författarporträtt, design, korrekturläsning samt redaktionellt arbete. Att anlita en privat redaktör som läser ett manus, kommer med synpunkter med mera kostar 3300 kr om man vänder sig till Skrivarakademin. Det är fullt tänkbart att det finns skillnader i kvalitet men det visar ändå att det finns alternativ som är betydligt billigare. Då återstår marknadsföring och recensionsexemplar. Att trycka recensionsexemplar och distribuera dessa är antagligen onödigt då viljan att recensera en bok utan förlag torde i dagsläget vara mycket

⁷⁷ Waller B, Intervju, 150310

begränsad. Det enda som återstår är marknadsföring. Menar man annonser av klassiskt snitt kommer det att kosta pengar, hur man än gör. Dock är det fullt tänkbart att det ger större genomslag att bearbeta bloggar och vara aktiv i sociala medier om det gäller en debutant, vilket är betydligt billigare.

Anledningen till att förlaget får en större del av intäkterna än författaren, och i förlängningen berättigar deras existens, är alltså att det krävs mycket pengar för att ge ut en bok. Förlagen står för dessa pengar och tar i och med det hela risken. Så länge det rör sig om fysiska böcker är det svårt att komma ifrån en stor del av kostnaderna men då det gäller publicering av en bok digitalt är det möjligt att göra det för en bråkdel av förlagets kostnad. Detta bygger på att författaren själv är villig att ta på sig mer arbete, samt är villig att exponera sig för kvalitetsbrister på ett annat sätt. Är författaren beredd att göra detta fyller förlaget inte längre någon funktion. Ty utan höga produktionskostnader krävs inget kapital för att producera en bok och inte heller krävs att någon tar några risker. I dagsläget lägger ett förlag bortåt 200000 kr på att publicera en bok. Tänker man sig att ett förlag valde att ge ut en bok enbart digitalt skulle mer än hälften av kostnaderna försvinna. En författare kan själv ge ut den digitalt för bara några tusen kronor.

Det är framförallt två saker som hindrar författare från att publicera sig själva. För det första krävs det en betydligt större marknad för digitala böcker än vad som finns idag. Dock talar mycket för att en sådan marknad kommer att komma. Det andra som krävs är en plattform för att sälja böckerna på. Rent tekniskt är detta inget större problem, då allt som krävs är en hemsida och ett sätt att betala, vilket i dagsläget varken är särskilt svårt eller dyrt att ordna. Problemet är istället marknadsföring. 1998 skrev Roger Wallis et al en avhandling vid namn *Music in Electronic Markets: An Empirical Study* som handlade om skivindustrin och dess förhållningssätt till digitaliseringen. I denna påpekas att om man är tillräckligt känd är det inget problem att publicera sig själv, men att man då å andra sidan ska vara väldigt känd. Som exempel tar de Stephen King, en författare som sålt ca 300 miljoner böcker⁷⁸. Annars är marknadsföringen ett reellt problem. Om inte folk vet om att en bok finns, hur ska de då kunna köpa den? Vidare vore det extremt ineffektivt, för att inte tala om förvirrande för konsumenterna, om varje författare själv administrerade sina försäljningskanaler.

Apples Appstore, som tillhandahåller program till iPhone, iPod Touch och iPad, är ett utmärkt exempel på hur små utvecklare får den hjälp de behöver för att nå en bred kundmassa. Affärsmodellen är simpel. För cirka 1000 kronor om året får man rätten att lägga upp en produkt på Appstore, givet att Apple själva godkänner produkten i fråga. Sedan är det upp till utvecklarna att bestämma ett pris och vid varje försäljning tar Apple 30 % av försäljningspriset och resten tillfaller utvecklaren. Apples iBookstore är tänkt att fungera på samma sätt.

Detta stämmer väl överens med Malones teori *Electronic Market Hypothesis*. De särskiljer på marknaden, som är en relativt öppen plats med många aktörer och där marknadsmässiga priser råder, och hierarkier, där köparen tvingas vända sig till en specifik leverantör som sätter priser efter eget huvud. Hierarkier tenderar att uppstå i branscher där produktionskostanden är höga men samordningskostnaden är låg. Motsatsen gäller för marknaden. Vidare spelar varans komplexitet en avgörande roll, likaså hur pass specifik den är. En vara som är komplicerad att tillverka och bara kan tillverkas på en viss geografisk plats är alltså mer benägen att tillhöra kategorin hierarki. Sätter man detta i relation till förlagsbranschen kan man konstatera att branschen tillhör kategorin hierarkier, åtminstone under de inledande skedena. Kunderna får många böcker att välja på, men innan dess har det gjorts en stor gallring, vilket betyder att majoriteten av manusen som aspirerande författare vill publicera aldrig ser dagens ljus. Malone et al förutsåg en framtid där köpare och

⁷⁸ Kretschmer M, Klimes G.M, Wallis R, *Music in Electronic Markets: An Empirical Study*, New Media & Society, 1998, sid 22

säljare enkelt skulle kunna hitta varandra vilket skulle resultera i att köparen fick fler val med bättre information samt att kostnaden för urvalsprocessen skulle minska⁷⁹. Likartade slutsatser dras av Ho Geun Lee: en elektronisk marknadsplats torde göra det bättre för både köpare och säljare i och med att marknaden effektiviseras⁸⁰. Detta beror på framförallt två saker. Digitalisering gör det enklare och billigare att samordna varor, vilket låter även heterogena grupper av produkter att samordnas till ett rimligt pris. Vidare har marknaden en inbyggd kostnadsfördel, då produkterna tenderar att vara billigare och det istället är marknaden själv som är dyr att upprätthålla. Detta kan vi se redan idag med sidor som till exempel Adlibris. Ett ännu bättre exempel är Apples Appstore. Detta stämmer också extremt bra överens med det som belysts tidigare, nämligen att det är väldigt billigt att tillverka en digital bok men desto dyrare att sälja densamma.

Olika aktörer kan initiera dessa digitala marknadsplatser. Det naturliga är att det är producenterna som gör det, men det är även möjligt för konsumenterna själva att göra det. Intressant är att Malone et al påpekar att även distributörer kan göra det. Ett bra exempel på detta är Amazon som ursprungligen var en distributör av förlagens produkter, vilket är sant även för e-böcker, men de har också skapat själva marknadsplatsen⁸¹.

4.10.3 Kvalitetsgarant

Ett vanligt försvar från förlagens sida vad gäller ovan framlagda hypotes är att förlagen är de som garanterar verkets kvalitet inför läsarna. Detta är på sätt och vis sant. Ett stort förlag skulle aldrig ge ut en bok full med stavfel men å andra sidan finns det ingen garanti att det de ger ut verkligen är vad folk vill ha, då en redaktör, hur lyhörd han än är, omöjligt kan göra en korrekt bedömning varje gång. Som bevis för detta räcker det med att titta på några författare som vid något tillfälle har blivit refuserade; Stieg Larsson, Stephen King, J.K Rowling, Stephanie Meyer och Astrid Lindgren⁸². Tillsammans har dessa författare sålt en bra bit över en miljard böcker.

Låt oss åter se på Apples Appstore. I april 2009 lanserade ett företag vid namn Lima Sky ett spel kallat Doodle Jump. Företaget var vid lanseringstidpunkten helt okänt men har idag sålt 3 miljoner exemplar á 7 kr av spelet. Dessa okända utvecklare har alltså tjänat cirka 14 miljoner kronor på sitt spel. Hur vågar då folk köpa saker i Appstore utan att veta något om företaget som säljer produkten? Att produkterna är billiga ska inte förringas, men viktigast av allt är den topplista som finns i Appstore. Istället för att ett välkänt företag agerar kvalitetsgarant fylls funktionen av andra konsumenter. Detta borde fungera precis lika bra med böcker.

4.10.4. Varför priserna inte kan sänkas

I en intervju med Financial Times hävdade Arnaud Nourry, VD på Hevete Livre som är ett av världens största förlag, att kombinationen av billiga bästsäljare i e-bokformat och Googles tillhandahållande av e-böcker utan upphovsrättsskydd riskerar att döda förlagsbranschen⁸³. Han är inte ensam om att oroa sig. Som vi såg i stycket om iPad har amerikanska förlag redan utnyttjat

79 Malone T, Yates J, Benjamin R, *Electronic Markets and the Electronic Hierarchies*, Communications of the ACM, June 1987, Vol 30, No 6, sid 484 - 496

80 Lee H.G, *Do Electronic Marketplaces Lower the Price of Goods?*, Communications of the ACM, January 1998, Vol 41, No 1, sid 80

81 Malone T, Yates J, Benjamin R, *Electronic Markets and the Electronic Hierarchies*, Communications of the ACM, June 1987, Vol 30, No 6, sid 484 - 496

82 SVD, *Lista: världsförfattare som blivit refuserade*, publicerad 271109, läst 200410

83 Booksahead, www.booksahead.com, hämtad 270410

iBookstores annorlunda betalningslösning för att höja priserna på sina böcker via andra återförsäljare.

Som synes anser flera förlag att e-böckerna är för billiga, det vill säga motsatsen till vad vi tycker. Det är inte bara girighet och rädsla för att förändras som ser till att det är så. Eftersom e-boken är relativt ny (kanske inte tekniken, men själva marknaden) är många förlag konfunderade inför hur de ska hantera prissättningen. Björn Waller på Elib poängterar att det finns en utbredd oro för att lägga sig för lågt prismässigt, då det är enklare att sänka än att höja priser i framtiden⁸⁴. Vidare finns det undersökningar som visar att den grupp som använder e-läsare i störst utsträckning är medelålders män⁸⁵. En inte alltför vågad gissning är att gruppen är relativt köpstark och att det därför saknas incitament för att sänka priserna. Detta stämmer säkert, lägre priser skulle innebära lägre intäkter från just detta kundsegment men skulle samtidigt öppna dörren för många andra. Dock är detta något som inte är helt populärt. Vad som framstod som tydligt i *Music in Electronic Markets* av Wallis et al var att det i branschen fanns en gängse uppfattning om att man "skulle följa marknaden, inte vara proaktiv"⁸⁶. Självklart ska man ha i åtanke att det var en annan bransch i en annan tid, och talar man med förlagen idag säger de sig ha lärt sig mycket av skivindustrins misstag, men ett visst mått av att "följa marknaden" finns ändå kvar. Även Lee resonerar i likartade banor och säger att elektroniska marknadsplatser riskerar att reducera vinsten för aktörer på en monopolistisk marknad genom att sänka priset för konsumenterna⁸⁷. Mattias Boström hade tankar som gick i samma spår. Ponera att ett förlag säljer en digital och en fysisk version av en bok. Har man då ett lägre pris på e-boken riskerar man att dra kunder från den fysiska boken och därmed sänka intäkterna men ändå ha samma kostnader. Man vill så att säga inte kannibalisera på sig själv. Frågan är bara om man med detta tankesätt inte missar en uppsjö potentiella kunder.

4.10.5. Andra faktorer

Priset är givetvis inte den enda faktorn som spelar in, även om det är den i dagsläget viktigaste. Utbudet är oerhört viktigt, dock finns det idag ett stort antal titlar tillgängliga. Vidare arbetar förlagen för fullt för att digitalisera sin "backlist", det vill säga sina äldre verk. Filformatet har också diskuterats som en viktig faktor för att e-boken ska kunna slå igenom. Vi tror inte att formatet på filen man laddar ner spelar någon som helst roll, så länge den fungerar. Dock är det viktigt att se till att det inte blir problem om man till exempel byter e-läsare. Som det är idag används en stor variation av filformat till de olika e-läsarna, men det finns incitament att göra formatet ePub (electronic publication) till standardformat.

4.10.6. Priset i framtiden

Arnaud Nourry kan mycket väl ha haft en poäng när han sa att e-böcker riskerar att döda förlagsbranschen, även om vi tror att ordet döda är väl starkt. Förlagsbranschen kommer med största säkerhet tvingas till en rad förändringar tack vare e-läsarna och e-böckerna, dock tror vi inte att förlagen kommer att försvinna.

⁸⁴ Waller B, Intervju, 150310

⁸⁵ Quindlen A, *Reading Has a Strong Future*, Newsweek, läst 270310

⁸⁶ Kretschmer M, Klimes, G.M, Wallis R, *Music in Electronic Markets: An Empirical Study*, New Media & Society, 1998, sid 15

⁸⁷ Lee H.G, *Do Electronic Marketplaces Lower the Price of Goods?*, Communications of the ACM, January 1998, Vol 41, No 1, sid 80

Vidare ska man inte stirra sig blind på problemen, utan även se möjligheterna. Analysen ovan visar att det finns en rad sådana. Vi tror att de klassiska förlagen kommer att behöva prisjustera sina böcker till nivåer som bättre reflekterar vad de kostar att tillverka. Detta skulle kunna göras främst genom att göra e-böcker billigare och fysiska böcker dyrare. En sådan utveckling torde pressa kunderna att införskaffa e-läsare och på så sätt öka marknaden för e-böcker. Vidare torde det skapas möjligheter för förlag specialiserade på utgivning av e-böcker, det vill säga som helt struntar i den fysiska marknaden. I takt med att fler skaffar e-läsare kommer det också bli mer lockande för författare att hoppa över mellanhanden, alltså att publicera sig själva.

4.11. Sammanfattning av arbetet

E-läsaren och e-böckernas framtid beror på en rad faktorer vilka vi har försökt bringa klarhet i detta arbete.

De tekniska aspekterna torde inte sätta käppar i hjulet, vare sig det gäller e-läsarna eller e-böckerna. Det finns problem med dagens teknik, så som den långsamma uppdateringshastigheten och avsaknaden av färg hos skärmen, men nästa generations e-läsare lovar att ta hand om detta. Vad gäller e-böckerna är det tekniska en ickefråga. Allt läsaren vill ha är en fungerande fil vilket de också får.

Förutom det tekniska har vi konstaterat att varken pirater, mobiltelefoner, datorer eller bibliotek utgör något större hot mot e-läsarnas och e-böckernas framgång.

Den största frågan tror vi istället är priset på själva e-böckerna. Dagens situation är ohållbar, då en e-bok inte kan kosta dubbelt så mycket som sin fysiska motsvarighet. Vi tror att vi i framtiden kommer att få se kraftigt reducerade priser på e-böcker, främst av tre anledningar; bokförlagen kommer att tvingas lägga om sin produktion, vi kommer att få se förlag specialiserade på e-böcker och det kommer att vara betydligt enklare för författare att publicera sig själva. Vi tror vidare att det kommer att finnas en uppsjö av alternativa affärsmodeller så som abonnemang, mikrobetalningar och reklam vilket kommer att underlätta för konsumenterna.

Epilog

Ordlista

Vi använder en del begrepp upprepade gånger i arbetet vars tolkning inte är självklar. Listan nedan ämnar att definiera dessa och förenkla för läsaren.

e-bok – bok i elektroniskt format. Formaten kan vara olika (PDF, XML, ePub, AZW, med flera).

e-läsare – en apparat ämnad att läsa e-böcker på. Kallas ibland för läsplatta och finns i många varianter.

Touch screen – en form av skärm på vilken man navigerar med beröring. Kallas på svenska för tryckkänslig skärm eller pekskärm men vi valde att använda den engelska beteckningen under arbetets gång då de svenska termerna inte är fullgoda.

Smart phone – avancerad mobiltelefon med ett operativsystem som tillåter möjligheter som liknar den hos datorer. Av samma anledning som ovan valde vi den engelska beteckningen.

Förlagsbranschen – de företag som jobbar med att publicera och distribuera böcker (bland andra Bonniers, Wahlströms, och Piratförlaget).

Bokindustrin – inkluderar förutom förlagsbranschen även författare, återförsäljare och andra inblandade i det jobb som sker då en bok skapas.

Facklitteratur – då vi anser att den konsumeras som antingen skönlitteratur eller studentlitteratur har vi valt att dela upp facklitteratur i dessa två kategorier.

Skivindustrin – de företag som jobbar med att publicera och distribuera musik.

Musikindustrin – inkluderar förutom företagen inom skivindustrin även artister, återförsäljare och andra inblandade i det jobb som sker vid musikframställning.

Källkritik

Skriver man en marknadsanalys säger det sig självt att man måste förstå hur marknaden ser ut. Eftersom e-läsaren är en så pass ny produkt har vi varit tvungna att hämta information från källor som under normala omständigheter skulle ifrågasättas inom forskning, som till exempel bloggar. När vi har undersökt marknaden och behandlat en stor mängd information krävs först och främst en tydlig identifikation av källan. Det innebär att man försöker bedöma vem som ligger bakom den, källans tillkomstsituation och avsikten med tillkomsten. På så sätt blir de också mycket lättare att granska. Det har varit steg ett när vi funnit en källa som vi har velat använda oss av.

Anledningen till att till exempel bloggar inte ses som en tillförlitlig källa är att informationen inte granskas på samma sätt som i facklitteratur eller i forskning och att fakta inte sällan färgas av bloggarens egna åsikter. Dock är information vi fått från dessa källor (sociala medier) och tidningsartiklar främst av sådan natur att de behandlar ren fakta. De få gånger vi har använt oss av

artiklar som presenterar folks åsikter har vi också varit noga med påtala det i texten, exempelvis vid recensionen av iPad. Information som vi har fått från företagen själva inser vi självklart riskerna med, men då den genomgående består av hård fakta, som exempelvis batteritiden på Kindle, anser vi den vara acceptabel.

En annan aspekt vid behandlingen av ett relativt nytt ämne som e-läsaren är att bristen på information kan leda till hänvisning som går i cirklar. Detta brukar beskrivas som det så kallade beroendekriteriet. Det innebär att artiklar som vid en första anblick har självständiga källor i själva verket bygger på samma uppgiftslämnare. Detta blir främst ett problem när man ska granska uppgifter som inte är ren fakta. Det bästa sättet att få klarhet i faktamängden är att ordentligt granska hänvisningar för att se vilken information som härrör från vilka källor. På det sättet kan man i största möjliga mån få självständiga källor med oberoende information. När man är medveten om bristen på självständiga källor det blir självklart svårare att hitta uppgifter som faktiskt går att använda. Samtidigt är det oerhört viktigt att informationen är oberoende om man ska kunna granska ett fenomen.

När det handlar om att granska produkter på en marknad är det viktigt att vara medveten om aktörer med vinstintressen. Det innebär att även ren fakta (som till exempel försäljningssiffror eller batteritider) måste granskas opartiskt. Detta brukar i källkritikssammanhang beskrivas som tendenskriteriet. Det är alltså viktigt att i alla sammanhang, vid såväl intervjuer som vid kontroll av antal tillgängliga titlar bedöma upphovsmannens eller intervjupersonens intresse av att påverka opinionen i en viss bestämd riktning. Av de intervjuer vi genomförde kan ingen av de intervjuade anses vara opartiska. Björn Waller arbetar på Elib som producerar e-böcker vilket gör att han har starka incitament att tala gott om e-böcker. Av samma anledning är han också oerhört kunnig inom området och dessutom en av dem som avgör e-bokens framtid i Sverige. Att inte intervjua honom för att svaren riskerar att vara partiska vore ett grövre fel än att lyssna på potentiellt färgade svar. Dessutom skiljer sig våra slutsatser bitvis kraftigt åt från dem som presenterades av de intervjuade, vilket också framgår i arbetet.

Något som enligt vår mening sammanfattar källkritik är det så kallade urvalskriteriet. Detta beskriver nämligen hur författaren har valt sina källor och i vilken utsträckning han har valt dessa. Det handlar också om att försöka bedöma i vilken mån viss typ av information fattas (och kanske skulle leda till att påståenden ändras). Vi har i vårt arbete försökt skapa en bra balans mellan källor och deras intressen. På så sätt tror vi att vi har skapat en rättvis framställning av e-läsaren och dess marknad.

Intervjuer

Björn Waller, Elib AB, 16/03/10

Sammanfattning

Den första intervjun vi utförde var med Björn Waller som jobbar med produktion och support på Elib AB, Sveriges enda producent och distributör av e-böcker idag. Vår tanke inför mötet var dels att få en bild av hur de olika stegen i produktionen av en e-bok ser ut, samt att försöka se vad någon som är djupt insatt i branschen har att säga om framtiden angående marknadens utveckling, pirathotet, och flera andra intressanta områden.

Björn var väldigt engagerad och förklarade ingående alla de processer som vi sökte att veta mer om, så som stegen från författarens skrivbord till färdig e-bok och hur bibliotekens abonnemangstjänster för e-böcker fungerar. Vi fick också välgrundade optimistiska bilder av framtiden för e-böcker, med till exempel det faktum att det, vid intervjuens utförande, nästan hade sålts lika många e-böcker i Sverige år 2010 som under hela 2009. När diskussionen berörde affärsmodeller, och vi tog upp idén med reklam i e-böckerna, framförde Björn att frågan har nämnts många gånger men att industrin är starkt emot den formen av finansiering för stunden. Björn ansåg att bokindustrin har lärt sig av musikindustrins misstag under 90- och tidiga 2000-talet, och att man gör mycket för att undvika att hamna i samma fällor, men att risken för att pirater ska göra skada naturligtvis är aktuell även denna gång.

Intervjuunderlag

Berätta om vad du/Elib gör.

Vad har Elib gjort sedan starten 2000?

Vem distribuerar Elib e-böcker till? Endast återförsäljare eller även konsumenter?

Vad innebär det att "producera" en e-bok? Vad kostar det?

Vad tror du det är för utsikter för e-böcker i Sverige?

Hur stor vikt tror du läsare har för att marknaden ska bli större?

Har du provat e-läsare? Vad tycker du? Vad krävs för att de ska slå igenom? Vilka är hoten? (e-ink, 3G, bakgrundsljus)

Några tankar om iPad? (att jämföra med iPod/mp3)

Annan hårdvara (mobiler, datorer)?

Hur allvarligt är pirathotet? Kan det finnas någonting positivt med det?

Hur ska man förhindra kaoset från musikindustrin?

Vattenmärkning på e-böcker, hur fungerar det? Har ni upptäckt pirater på det sättet?

Moms 25% på e-böcker (6% på vanliga böcker) tror du att det kommer att ändras snart?

Abonnemangstjänst till bibliotek, hur fungerar det?

Google Books, ser ni det som ett hot? Något nyttigt?

Vad tror du om att ha reklam i e-böcker för finansiering?

Bonnier är kopplade till både Elib och Adlibris (som har en "egen" e-läsare), är Elib distributör av e-böcker till Adlibris? Hur är kopplingen de två emellan?

Sammanfattning

Roger Wallis var ett självklart val för oss när vi planerade vilka personer vi ville intervjua. Anledningen till detta är dels att han under sina år har varit aktiv inom både musikbranschen och bokbranschen, men också för att han på senare år har uppmärksammats mycket för sina oortodoxa åsikter kring pirater inom musikvärlden, inte minst i samband med rättegången mot The PirateBay. De flesta människor som vi har kommit i kontakt med under arbetets gång har anledning att ogilla och vilja motarbeta pirater, varför vi inför intervjun med Roger hoppades att få höra annorlunda tankegångar och åsikter än de som vi får höra på annat håll.

Intervjun lämnade oss inte besvikna då vi fick höra precis vad vi hoppades att få höra. Roger var som förväntat starkt kritisk till musikindustrin och dess bakåtsträvande handlingar. Han påstod även att man kan se att bokindustrin löper större risk för att hamna i samma spår än vad man kan tro. Exempelvis berättar Roger om att Apple satte upphovsmän i knipa då de i samband med lanseringen av iPod och iTunes tecknade stora avtal med de största skivbolagen, och att samma mönster med stor sannolikhet kommer att upprepas med lanseringen av iPad. Han menar att dessa avtal genererar mycket pengar, varav alldeles för lite hamnar i upphovsmäns fickor. Roger var även mer positiv till reklamfinansierade e-böcker än vad de flesta andra som vi pratade med var. Han tog bland annat upp hemsidan My.MP3.com vars idé var att sprida musik på nätet och ge artisterna 50% av reklamintäkterna som hemsidan genererade, men som blev stämd av de stora skivbolagen och som en följd av detta nedlagd. Enligt Roger var detta ett system som skulle gynna branschen och inte minst artisterna, och att liknande system skulle kunna vara positiva även inom bokindustrin. Han anser att e-böcker har skonats från pirater hittills på grund av att marknaden fortfarande är relativt liten, men att industrin kommer att åka på en del smällar ifall man inte anpassar både priser och produkter efter konsumenters vilja från start.

Intervjuunderlag

Vilka var musikbranschens stora misstag? Hur kunde de ha anpassat sig till interneteran bättre?

Vem inom musikindustrin gynnas av pirater? Varför?

Har du någon erfarenhet av e-läsare/e-böcker?

Tror du att man kan dra paralleller mellan musikbranschen och förlagsbranschen när det kommer till digitalisering?

I så fall, tror du på fördelar med piratböcker? Varför?

Vi tror att förlagsbranschen har lärt sig av musikbranschens misstag (t.ex. bra distribution av e-böcker, hårdvara som är väl anpassad), tror du att de av den anledningen kanske missgynnas mer än gynnas av pirater, då de är bättre anpassade till internetanvändning?

Sammanfattning

Tack vare bland annat hans blogg fick vi tidigt upp ögonen för Mattias Boström som inte bara jobbar på ett förlag, vilket i sig är intressant nog för vårt arbete, utan även har stor kunskap inom både e-böcker och sociala medier, vilket givetvis känns aktuellt för uppsatsen. Om det inte räckte så fick vi även en varm rekommendation från Björn Waller på Elib som hävdade att Mattias i princip står för hälften av allt som har med e-böcker att göra i Sverige idag. Inför intervjun ville vi dels få ett förlags tankar och spekulationer kring e-böcker, dels se vad någon som har varit med från start i den svenska e-boksbranschen tror är nyckeln till framgång när det kommer till e-böckers och e-läsares framtid.

Intervjun gav en känsla av optimism inför framtiden, i och med att Mattias uttalade sig övertygande om e-böckernas framfart i Sverige. Han tror att marknaden med största sannolikhet kommer att växa rejält under de närmsta åren, inte bara tack vare att fler och fler bra e-läsare verkar vara på väg, utan även tack vare fler och bättre möjligheter till att läsa e-böcker i sin mobiltelefon dyker upp. Dessutom viftar han bort pirathotet och anser att branschen inte kommer att ha några större problem med den risken så länge man satsar på bekvämlighet för kunden. Att e-läsare ska ha möjlighet till direktuppkoppling via till exempel 3G är ett måste, och vettiga priser, kringtjänster och affärsmodeller är tänkta att skapa tillgänglighet och bekvämlighet för kunden som överträffar det illegala alternativet. En idé som Mattias betonade flera gånger var mikrobetalningar. Han anser att en framgångsrik affärsplan skulle vara att låta kunden betala bara några kronor för till exempel ett kapitel i en bok, att likna vid till exempel en sång på iTunes, inte minst för kurs- och facklitteratur, men även för skönlitteratur. Något som Mattias anser är viktigt för bland annat förlagen är att inte tänka "fysisk bok mot e-bok", utan att fokusera på "läsning mot andra nöjen", varför det är viktigt att synas där konsumenterna finns för att inte tappa mark till film, spel, musik, och all annan media.

Intervjuunderlag

Berätta om vad du/Piratförlaget gör.

Svenska marknaden för e-böcker är rätt liten just nu, hur lång tid tror du att det kommer dröja innan den blir större?

Hur stor vikt har e-läsare för att det ska ske?

Har du provat e-läsare? Vad tycker du? Vad krävs för att de ska slå igenom? Vilka är hoten? (e-ink, 3G, bakgrundsljus)

Några tankar om iPad? (att jämföra med iPod/mp3)

Annan hårdvara (mobiler, datorer)?

Hur allvarligt är pirathotet? Kan det finnas någonting positivt med det?

Hur ska man förhindra kaoset från musikindustrin?

Vi har läst ett räkneexempel på din blogg om vem som får pengar när en fysisk bok säljs.

- *Stämmer räkneexemplet?*

- *Hur ser det ut med pocketböcker? Går det att översätta procentsattserna från inbunden?.*
- *Måste man trycka upp recensionsexemplar?*
- *Hur förhåller sig kostnaderna om det rör sig om en e-bok istället?*
- *Får återförsäljarna lika mycket för en digital bok?*

Hur ser du/Piratförlaget på Google Books? Hot eller något nyttigt?

Miljöfrågan, är det någonting man tänker på? Fördel med e-bok kontra fysisk bok?

Vad tror du om att ha reklam i e-böcker för finansiering?

Referenser

Artiklar

Alexandersson Henrik, *Ipred stoppar bara amatörer*, <http://www.expressen.se/1.1518702>, publicerad 010409, hämtad 020310

Andersson Norbert, *Räddningsplankan*, Affärsvärlden nr 12, publicerad 240310

Boström Mattias, *Förlaget eller författaren – vem tjänar mest?*, <http://www.mattiasbostrom.se/2009/09/01/forlaget-eller-forfattaren-vem-tjanar-mest-del-1-nulaget/>, publicerad 010909, hämtad 150310

Curman Sofia, *iPad får Amazon att straffa förlagen*, <http://www.dn.se/dnbok/ipad-far-amazon-att-strafta-forlagen-1.1038214>, publicerad 020210, hämtad 240210

Dagens Industri, *iPad kritiseras efter premiärhelg*, http://di.se/Default.aspx?sr=6&tr=270153&rtl=1&pid=203493_ArticlePageProvider, publicerad 070410, hämtad 080410
Våg av stämningar mot iPad, http://di.se/Default.aspx?tr=270189&rtl=1&pid=203558_ArticlePageProvider, publicerad 080410, hämtad 080410

Edenholm Yvonne, *Impad av iPad*, Dagens Nyheter, publicerad 180410

Langeveld Martin, *The iPad business model for news: Strategies publishers must embrace*, <http://www.niemanlab.org/2010/02/the-ipad-business-model-for-news-strategies-publishers-must-embrace/>, publicerad 180210, hämtad 190310

Lee Ho-Guen, *Do Electronic Marketplaces Lower the Price of Goods?*, Communications of the ACM Vol 41 No. 1, 1998

Maher Rory, *Amazon making no headway in talks with publishers about cutting Kindle book prices*, <http://www.tbiresearch.com/talks-between-amazon-and-publishers-going-nowhere-2009-11>, publicerad 301109, hämtad 260410

Malone Thomas, Yates Joanne, Benjamin Robert, *Electronic Markets and the Electronic Hierarchies*, Communications of the ACM, Vol 30, No 6, 1987

McLeod Kembrew, *MP3s are killing home taping: The rise of internet distribution and its challenge to the major label music monopoly*, Popular music and society Vol. 28 No. 4, 2005

Nasca Andrew, *Gartner: 2010 will be the year e-book readers take off*, <http://blogs.zdnet.com/BTL/?p=27113>, publicerad 101109, hämtad 260410

Quindlen Anna, *Reading Has a Strong Future*, <http://www.newsweek.com/id/235551>, publicerad 260310, hämtad 270310

Ratcliffe Mitch, *Open letter to Hachette CEO Arnaud Nourry*, <http://booksahead.com/?p=777>, publicerad 030909, hämtad 210410

- Siegler MG, *The big screen Kindle hail Mary to newspapers will fall incomplete*, <http://techcrunch.com/2009/05/04/the-big-screen-kindle-hail-mary-to-newspapers-will-fall-incomplete/>, publicerad 040509, hämtad 190310
- Standage Tom, *The plot thickens*, The Economist – The World in 2010, sid 122-124
- Svedjedal Johan, *Bokkrönika*, Dagens Nyheter, publicerad 170410
- Svenska Dagbladet, *Lista: Världsförfattare som har blivit refuserade*, http://www.svd.se/kulturnoje/nyheter/stieg-larsson-pa-lista-over-refuserade-forfattare-se-andra-varldsforfattare-som-refuserats_3857519.svd, publicerad 271109, hämtad 260410
- Söderling Fredrik, *Läsplatta inte miljövänligare än pappersbok*, <http://www.dn.se/dnbok/lasplatta-inte-miljovanligare-an-pappersbok-1.1003261>, publicerad 271109, hämtad 020310
- Söderlund Mats, *Googles avtal bättre än Bonniers*, <http://www.dn.se/kultur-noje/debatt-essa/mats-soderlund-googles-avtal-battre-an-bonniers-1.866727>, publicerad 150509, hämtad 180410
- Tabini Marco, *Are publishers finding iBookstore terms hard to swallow?*, http://www.macworld.com/article/146454/2010/02/ibookstore_terms.html, publicerad 160210, hämtad 260410
- Votsch Victor, *Hand-held E-books: The Reality Behind the Hype*, 1999, http://www.v-square.org/PDF/ip0304_ebooks.pdf
- Öhman Joacim, *Det här är Ipred*, <http://www.dn.se/nyheter/politik/det-har-ar-ipred-1.471253>, publicerad 031209, hämtad 020310

Internet

- AAP, http://www.publishers.org/main/PressCenter/Archives/2010_February/SalesUp4.1in2009_Release.htm, hämtad 190310
<http://www.publishers.org/documents/S12008Final.pdf>, hämtad 190310
- Amazon, *Kindle newspapers*, <http://www.amazon.com/Newspapers-Kindle/b?ie=UTF8&node=165389011>, hämtad 190310
- Barnes & Noble, <http://www.barnesandnoble.com/nook/>, hämtad 260410
- BestTabletReview, <http://besttabletreview.com/kindle-claims-45-percent-of-ereader-market-sony-claims-30-percent/#ixzz0eqB2rl1y>, publicerad 010909, hämtad 260410
- Biblioteksforeningen, *Värt att veta om bibliotek*, <http://www.biblioteksforeningen.org/faktaforskning/statistik.html#besok>, hämtad 040310
- Computer History Museum, <http://www.computerhistory.org/events/index.php?id=1221864610>, hämtad 050310
- DailyLit, *About*, <http://www.dailylit.com/about/>, hämtad 070410

E-ink, <http://www.eink.com/technology/howitworks.html>, hämtad 260410

Gizmodo, <http://gizmodo.com/5459770/which-ipad-3g-data-plan-should-you-buy>, hämtad 270410

Google Blog, *A tale of 10,000,000 books*, <http://googleblog.blogspot.com/2009/10/tale-of-10000000-books.html>, publicerad 091009, hämtad 020310

Hart Michael, *The history and philosophy of Project Gutenberg*,
http://www.gutenberg.org/wiki/Gutenberg:The_History_and_Philosophy_of_Project_Gutenberg_by_Michael_Hart, publicerad augusti 1992, hämtad 050310

Mirasol, <http://www.mirasoldisplays.com/>, hämtad 260410

Sony, <http://www.sonystyle.com/>, hämtad 260410

Studentia, <http://bookboon.com/se/student>, hämtad 210410

Sveriges Författarfond, <http://www.svff.se>, hämtad 270410

TBIResearch, <http://www.tbiresearch.com>, hämtad 260410

Intervjuer

Boström Mattias, Piratförlaget, utförd 220310

Waller Björn, Elib, utförd 160310

Wallis Roger, professor på KTH, utförd 180310

Litteratur

Albarran Alan, *Management of Electronic Media*, Wadsworth, 2010

Byers Thomas, Dorf Richard, *Technology Ventures*, McGraw-Hill, 2005

Schumpeter Joseph, *Capitalism, socialism and democracy*, George Allen & Unwin, 1976

Sellen Abigail J, Harper Richard H.R, *The myth of the paperless office*, The MIT Press, 2002

Rapporter

Andersson Sus, *E-boken – Lätt att göra, svår att sälja*, Svenska Förläggarföreningen, 2009

Borggren Anna, Moberg Åsa, *Pappersbok och elektronisk bok på läsplatta – en jämförande miljöbedömning*, CSC vid KTH, 2009

SCB, *Privatpersoners användning av datorer och Internet*, 2009

Findahl Olle, *Svenskar och Internet år 2000*, WII, 2001

Uppsatser

Lindahl Carl, Sjögren Anders, Skarin Tobias, Tervaniemi Daniel, *Den nya musikindustrin*, Examensarbete på kandidatnivå vid Lunds Universitet, 2009

Kretschmer Martin, Klimis George Michael, Wallis Roger, *Music in Electronic Markets: An Empirical Study*, New Media & Society, 1998

Sundström Thomas, Carlström Fredrik, *Hur viktig är en nättidning som nyhetsmedium för tidningsföretag?*, Examensarbete på kandidatnivå på CSC vid KTH, 2006

Wikström Ola, *Fallstudie av musikindustrin i en digital omvärld*, Examensarbete på NADA vid KTH, 2003

