



## Forlæggerforeningen

Danish Publishers Association

Skindergade 7, st. tv. / 1159 København K  
tlf. +45 33 15 66 88 / fax +45 33 15 65 88  
danskeforlag@danskeforlag.dk / www.danskeforlag.dk

MODTAGET

Folketinget  
Christiansborg  
1240 København K  
att.: Medlemmerne af Kulturudvalget

20 JAN. 2006

Den Centrale Indlevering

Kulturudvalget  
KUU alm. del - Bilag 81  
Offentligt

19. januar 2006  
j.nr. HD-002-458/cbh

### **Vedr.: Bogpriser**

Foranlediget af Venstres kulturpolitiske ordfører Ellen Trane Nørbys udmeldinger i dagspressen de seneste dage finder Forlæggerforeningen det relevant at forklare, hvorfor Forlæggerforeningen vurderer, at det er væsentlig for bogen, at der ikke sker en fuldstændig liberalisering af priserne på bøger.

På baggrund af en dispensation fra konkurrenceloven har forlæggere i dag mulighed for enten at vælge en fast eller en fri pris på forlagets bogudgivelser. Forlæggerforeningen vurderer, at den nuværende ordning bedst sikrer et bredt og kvalitativt titeludbud af bøger. Alligevel indgik Forlæggerforeningen en aftale med Konkurrencestyrelsen i november 2005, som indebærer en markant liberalisering af bogmarkedet, idet

- forlagene med aftalen kun får lov til at fastsætte priser for op til 10 procent af nyudgivne danske bøger,
- at fastprisperioden begrænses til at gælde udgivelsesåret og de følgende 5 måneder (mod udgivelsesåret og det følgende år i den nugældende aftale) og
- at markedet for skole- og lærebøger helt liberaliseres.

Forlæggerforeningen vurderede, at der kunne være en risiko for en evt. fuldstændig liberalisering, og at det ville betyde en særdeles uheldig ændring af balancen på bogmarkedet, så de få bestsellere, der i forvejen klarer sig godt får yderligere profilering og afsætning, mens alle øvrige bogudgivelser, som ikke i forvejen har nemme vilkår, vil få det endnu vanskeligere. Aftalen skal sikre mod en sådan udvikling.

Forlæggerforeningen finder, at der er tale om en pragmatisk løsning, som betyder en markant liberalisering, men som ikke vil have de dramatiske og uheldige effekter på det danske bogmarked som en fuldstændig liberalisering.

Der vedlægges et notat, som nærmere redegør for konsekvenserne for bogen af et fuldstændigt liberaliseret bogmarked. Notatet er tidligere fremsendt til Kulturministeriets udvalg vedrørende fremtidens danske bogmarked.

Vi står naturligvis til rådighed for eventuelle spørgsmål.

Med venlig hilsen

Ib Tune Olsen, direktør

cc: Kulturpolitiske ordførere, Kulturministeren og Konkurrencestyrelsen

# Dansk Forlæggerforening

## NOTAT TIL KULTURMINISTERIETS UDVALG VEDRØRENDE FREMTIDENS DANSKE BOGMARKED

### Oversigt over notatets indhold

Dette notat argumenterer for, hvorfor forlæggerne ønsker at bevare den nuværende ordning på det danske bogmarked med "den valgfri bogpris" og gør opmærksom på, hvilke konsekvenser det vil få, hvis man opgiver denne.

På de følgende sider opridses et realistisk fremtidsscenario for dansk bogverden, hvis der sker en fuldstændig liberalisering af prisdannelsen på bøger i Danmark. Kort refereret:

1. Prisen på ganske få bestsellere vil falde, mens prisen på det øvrige bogsortiment vil bevare status quo eller stige.  
*Fordi:* Når priserne gives fri, vil især supermarkeder og de store boghandlerkæder konkurrere på prisen, men udelukkende på bestsellerne, for at få folk i butikkerne.
2. En del, især uafhængige provinsboghandlere, vil lukke.  
*Fordi:* De faldende priser på bestsellerne vil ramme bogladernes indtjening, særligt i de mindre boglader, der ikke som de store kædeboghandlere og supermarkederne har mulighed for at finansiere priskrigen og derfor ikke længere kan konkurrere.
3. Forbrugerne vil opleve en øget "dynamik" på markedet i form af priskrig og øget markedsføring af få, udvalgte titler, svarende til, hvad der i øvrigt sker i dagligvarebranchen. Til gengæld vil sortimentet i butikkerne blive indskrænket.  
*Fordi:* I de boglader, der overlever priskrigen, vil presset på avancen medføre forsigtighed i indkøb og lagerføring. Ansvar overføres typisk til en central kædeindkøber, der altså på tværs af regionale forskelligheder udligner udbuddet af varerne i kædebutikkerne. Dette vil naturligvis ramme de "smalle titler" i boghandlens sortiment.
4. Forlagene bliver mere forsigtige og konservative i deres udgivelsespolitik.  
*Fordi:* Presset på avancen og den manglende vilje til at lagere mindre populære titler hos boghandlerne besværlig- eller umuliggør udgivelse af mange smalle titler.

Scenariets sandsynlighed understøttes af den udvikling, som det engelske bogmarked har gennemgået siden frigivelsen af priserne i 1995, jf. vedlagte artikler og afsnit 3 og 4 nedenfor. Denne udvikling mener forlæggerne ikke er ønskelig på det danske bogmarked, hvor de kulturelle skadevirkninger utvivlsomt vil blive endnu større end på det engelske, fordi det danske sprogområde er så lille.

Synspunkterne i det vedlagte papir er ikke nye, og det er derfor vigtigt for forlæggerne i Dansk Forlæggerforening endnu engang at slå fast, at afgørelsen om, hvilket bogmarked

der er ønskeligt for det danske samfund, er en politisk afgørelse, som ikke kan udledes af nok så mange undersøgelser eller sammenlignende internationale studier.

Det drejer sig om at vælge mellem to fremtidsscenerier:

Hvis man vælger en **fuld liberalisering** af det danske bogmarked, vil udviklingen se ud som skitseret i nærværende notat.

Vælger man at bevare de nugældende regler eller en **velovervejet liberalisering**, vil en udvikling mod større liberalisering af dansk bogverden fortsat finde sted, men der vil ske en kulturpolitisk styring af denne udvikling:

- I kraft af "den valgfri bogpris" vil forlagene udgive stadig flere titler med fri pris, og forbrugerne opleve voksende dynamik og konkurrence i bogmarkedet.
- Et forholdsvis fintmasket boghandlernet vil kunne bevares, og bogen vil fortsat være repræsenteret som et alternativ til andre varer i det danske butiksbillede, også i provinsen.
- Prisreduktionen på bestsellerne vil komme tidligere end i dag, men uden at det får tilsvarende negative indvirkninger på sortiment og bredde i udgivelseslinjerne.

Derfor ønsker forlæggerne en bevarelse af "den valgfri bogpris".

## **1. Den valgfri bogpris har hidtil været et afgørende element i statens støtte til danske bøger**

Bøger betragtes i de fleste lande som et meget væsentligt kulturbærende produkt, og derfor tilgodeses bogproduktion og bog salg i stort set alle lande med ingen eller særdeles lav moms, forskellige offentlige støtteforanstaltninger eller mulighed for/pligt til bindende priser i en periode efter udgivelsen. I en del lande kombineres disse tiltag.

Herved tages der hensyn til, at bøger er et specielt og kulturelt vigtigt produkt, som man (staten) gerne vil sikre er tilgængeligt så bredt geografisk som muligt, og i et bredt titel-sortiment på det nationale sprog.

Danmark er det *eneste* land i EU, som ikke støtter bøger gennem en lavere moms, og direkte offentlig støtte til bogproduktion er også af beskedent omfang. Den eneste hidtidige væsentlige støtte til dansk bogproduktion er forlagenes dispensation fra konkurrenceloven til i en periode efter udgivelsen at sætte en bindende udsalgspris. Som et led i ønsket om liberalisering af det danske bogmarked blev denne dispensation i 2001 ændret fra at være en pligt til at sætte faste priser til at være en ret. Ordningen går under navnet "den valgfri bogpris".

Denne mulighed benytter forlagene medio 2005 ved knap halvdelen af nye udgivelser. Andelen af nye bøger med fast pris er blevet reduceret fra nær 100 % ultimo 2000, 89 % maj 2001, 80 % maj 2002, 75 % april 2003, 65 % ultimo 2004 til knap 50 % medio 2005. Liberaliseringstiltaget har altså vist sig effektivt.

For dagblade, ugeblade og tidsskrifter gælder der i øvrigt også en dispensation fra konkurrenceloven til at sætte bindende udsalgspris, og den benyttes normalt af disse mediers udgivere.

## **2. Hvis der ikke længere kan sættes en fast pris på bøger hos alle forhandlere, vil der ske en reduktion og koncentration af både boghandlernet og titeludbud**

Hvis forlagene ikke længere må sætte en fast pris på deres udgivelser, vil de såkaldte bestsellers blive genstand for stærk priskonkurrence, fordi supermarkeder og store bogkæder vil se en fordel i at anvende disse titler som en slagvare, som skal skabe samtidigt salg af helt andre varer. Dette vil få alvorlige konsekvenser for mange boghandlere.

I vedhæftede bilag er redegjort for, hvor meget en boghandels styksalg af en given titel skal øges for at kompensere for nedgangen i indtjening, hvis bogen sælges med nedsat pris. Dette for at illustrere, at mens de store boghandlere og boghandlerekæder kan regne med at kunne finansiere en priskrig på bestsellerne, må en mindre uafhængig boglade bukke under.

Priskonkurrencen på de få bestsellers vil gøre det meget svært for mange boghandlere at overleve. Det vil igen betyde færre udstillingsvinduer og salgskanaler, og det vil skade tilgængeligheden af bøger og bredden i titeludbudet.

Forlagene vil også mærke omkostningerne af en priskrig på bestsellerne, og det vil presse forlagenes økonomi og gøre det vanskeligere for forlagene at satse på nye titler/forfattere, som må forventes at være tabsgivende i starten eller altid. Hvis salget af de samme titler besværliggøres ved reduktion af udstillingsvinduer/salgskanaler evt. kombineret med prisstigninger, er det ikke svært at se, hvordan det vil gå med det brede og varierede titeludbud.

Prisreduktionen på bestsellerne vil altså have en ubehagelig kulturel omkostning i form af fattigere titeludbud, højere priser på andre bøger end bestsellers og færre steder at købe bøger.

## **3. I UK betyder liberaliseringen kraftig reduktion i antallet af boghandlere**

I UK, hvor der siden 1995 har været helt frie bogpriser, er de meget uheldige kulturelle virkninger for alvor begyndt at vise sig de seneste år: De få bestsellers er blevet udsat for en meget hård priskonkurrence anført af supermarkeder og de meget store boghandlerekæder, som for at trække kunder til andre varer er parat til at sælge til indkøbspris eller noget nær indkøbspris. Dette sætter de mindre og uafhængige boghandlere skakmat, således at de enten må sælge uden fortjeneste eller helt opgive at sælge de pågældende titler, som netop skulle skabe deres økonomiske fundament. I

mange tilfælde presses forlagene til at følge med i priskrigen, så de stort set heller ikke får fortjeneste på de titler, der skal muliggøre den brede titelproduktion.

På boghandlersiden resulterer det nu i UK i koncentrationer, hvor enkelte boghandlerkæder får en dominerende stilling. Senest er den store kæde "Waterstone" ved at overtage en anden stor kæde "Ottakars". Den ny koncentrerede kæde vil komme til at stå for næsten 24 % af det samlede bogsalg i UK.

#### **4. Boghandlerkoncentrationen som følge af liberaliseringen betyder pres på titeludbuddet i UK**

En sådan koncentration vil få alvorlige følger ikke alene for øvrige boghandlere, men også for forlagene, som vil blive hårdt presset på priserne af forhandlerne og dermed på deres samlede økonomi. Det vil tvinge forlagene til at være meget forsigtige med udgivelser, som ikke umiddelbart kan vurderes som økonomiske. Det vil ramme ny forfattere og ramme forfatterskaber, som er under udvikling, men som først efter flere udgivelser kan påregnes at blive rentable.

Men også direkte vil koncentrationen få meget uheldige kulturelle virkninger: Med koncentrationen på meget få betydende indkøbere af indkøbet af ny titler, får disse få indkøbere en afgørende indflydelse på, hvilke udgivelser og forfattere, der har en chance for at blive markedsført. Ganske få indkøberes smag bliver således afgørende for, hvad der lader sig markedsføre i tilstrækkeligt oplag, og dermed i sidste ende på, hvad de engelske bogkøbere vil kunne købe.

På denne baggrund advarer mange forfattere og forlag i UK mod de kulturelle skadevirkninger af den koncentration, som er på vej, jf. vedlagte artikler.

Man må sige, at koncentrationen i UK er en forudsigelig og uundgåelig følge af, at de helt ubundne og frie markeds kræfter er sat i spil på bogmarkedet UK, men set fra en kulturel synsvinkel - og i videre perspektiv også set fra oplysningsmæssig, uddannelsesmæssig og demokratisk synsvinkel - er der tale om alvorlige konsekvenser.

Dansk Forlæggerforening finder det særdeles alvorligt, hvis det danske bogmarked, som på grund af det lille sprogområde og dermed små oplagstal, er så meget mere sårbart end det engelske, skal tvinges ud i en lignende proces som i UK.

#### **5. Forslag til litteraturpolitiske tiltag ved bevarelse af den valgfri bogpris**

Ved siden af vedtagelsen om, at foreningen fortsat skal arbejde for bevarelse af fastprisdispensationen, blev det besluttet

at foreningens principielle holdning til kulturpolitiske tiltag bliver, at bogen - set i lyset af den stadigt stigende internationalisering af uddannelser, kulturliv og underholdning og det stigende medieudbud - lige som andre kulturvarer og medier behøver en bevidst kulturpolitisk indsats både generelt og specifikt for de enkelte bogtyper, såfremt der

fortsat skal sikres danskproducerede og dansksprogede bogudgivelser dækkende alle bogtyper i et kvalitetspræget og alsidigt titeludbud.

Det findes vigtigt, at kulturpolitiske tiltag drøftes grundigt med forlagsbranchen på forhånd, så uhensigtsmæssige og overbureaukratiske ordninger undgås.

#### Forslag til generelle kulturpolitiske tiltag:

##### 1. Styrkelse og synliggørelse af bogens vigtigste salgskanal: boghandlen

Det er boghandlen, som kan synliggøre det brede titeludvalg over for borgerne, og som kan skaffe bøgerne hjem, hvis de ikke allerede forefindes i pågældende boghandel. De seneste kvartalsstatistikker synes at vise, at boghandlen under ét som salgskanal begynder at få problemer med at fastholde sin position.

##### 2. Styrkelse af biblioteksindkøbet af bøger

For forlagene er det naturligvis alvorligt, når biblioteksindkøbene falder. Det gælder især for titler, der udkommer i meget små oplag i forvejen, så som nye børne- og ungdomsbøger.

For bogen som medium er det også alvorligt, når borgernes adgang til bøger på bibliotekerne besværliggøres eller reelt umuliggøres pga. lange ventetider. Bibliotekerne er et vigtigt præsentationssted for bøger. Det er meget bekymrende, at bibliotekernes bogbestand er faldet med 13 % i løbet af de sidste 5 år.

##### 3. Styrkelse af skolernes indkøb af bøger

Bogvaner grundlægges i barndommen og skolen. Hvis ikke skolen viser det gode eksempel ved at forsyne børnene med gode skolebøger, men i stedet baserer sig på et væld af fotokopierede sider, udvikler børnene ikke en evne til at udnytte en velorganiseret og systematiseret bog. Dertil kommer naturligvis det indlæringsmæssige tab herunder forældrenes stærkt reducerede muligheder for at følge med og understøtte børnenes læring.

##### 4. Etablering af skattemæssigt fradrag for studenters udgifter til undervisningsmidler i forbindelse med læreanstaltnes STÅ-afgift (studenterårsværk-afgift)

Salget af lærebøger bliver i stigende grad undermineret af ulovlig kopiering. Samtidig er undervisningsinstitutionerne interesseret i at servicere deres studerende med kopier af pensummateriale – især artikler og mindre dele af lærebøger – og også med digital adgang til lærebogsmaterialet. Vederlagene til rettighedshaverne – enten det sker direkte til rettighedshaverne eller indirekte via Copy-Dan-aftaler må undervisningsinstitutionerne antageligt i stigende omfang opkræve hos de studerende som en afgift. Det vil være stærkt befordrende for etablering af sådanne ordninger for studiemateriale, hvis afgiften til undervisningsinstitutionen kan reduceres med et skattefradrag for den studerende.

## 5. Fjernelse/reduktion af moms på bøger

For et meget lille sprogområde som Danmark med oplagsstørrelser, der bevæger sig omkring et niveau, hvor selv små afvigelser i salgstallene, kan få afgørende betydning for de økonomiske muligheder for udgivelse, vil en fjernelse/reduktion af momsen på bøger, kunne få meget stor betydning. I stort set alle sammenlignelige lande, er bøger - som en særlig vigtig kulturvare - da også tilgodeset med ingen eller meget lav momssats.

### Forslag til specifik støtte til enkelte bogtyper:

Forlagene har udpeget en række bogtyper, hvor produktionen allerede i dag har meget trange kår, og hvor et marked evt. uden mulighed for anvendelse af en fast boglade pris, vil forstærke problemerne for nedennævnte bogtyper, som er økonomisk klemte af små oplagsstørrelser og relativt tunge produktionsomkostninger:

#### 1. Børnebøger herunder billedbøger.

Der er mange potentielle muligheder for at udvikle et bredt udvalg af børnebøger herunder billedbøger af meget høj kvalitet, fordi der i disse år er mange meget kompetente børnebogsforfattere og illustratører, men de i forvejen begrænsede oplagsstørrelser er blevet hårdt ramt af faldende biblioteksindkøb. Nye børnebøger har svært ved at få tilstrækkelig bevågenhed hos private bogkøbere, som typisk er bedste-forældre, som meget holder sig til klassikere, som de selv kender, og som kan genudgives til priser, som nye bøger slet ikke kan konkurrere med.

2. Støtte til sikring af dansk fagsprog, hvor de faguddannede også skal kommunikere med den almindelige borger. Produktion af danske fagbøger, der typisk har meget begrænsede købergrupper, bliver i stigende grad undermineret af piratkopiering og konkurrencen fra engelsksprogede bøger, som oplagsmæssigt har et verdensmarked til deres økonomiske fordel. Færre danske fagbøger forøger domænetabet til engelsk på en række fagområder, og kommunikationskløften mellem fagfolk og den almindelige borger øges. Desuden viser undersøgelser, at danskere trods alt ikke er så gode til engelsk, at det samme faglige udbytte opnås gennem engelsksprogede bøger som danske. Dette vil resultere i et lavere fagligt niveau.

#### 3. Bøger oversat fra andre sprog end engelsk/amerikansk.

Det er i stigende grad vanskeligt at skabe fornøden økonomi til oversættelse og udgivelse af litteratur skrevet på andre sprog end engelsk/amerikansk.

#### 4. Oversatte danske bøger med henblik på kultureksport.

Omkostningerne til oversættelse af danske bøger er en alvorlig hæmsko for at markere dansk litteratur i omverdenen. Det er nødvendigt med yderligere økonomisk støtte til oversættelserne.

5. Dansksprogede lærebøger, idet situationen er den ejendommelige, at det Samfundsvidenskabelige Forskningsråd kun giver støtte til udgivelser på engelsk. Der er derfor behov for enkeltprojektbundet produktionsstøtte til dansksprogede lærebøger.

6. Udvikling og produktion af digitale bøger. Det er meget bekosteligt at udvikle digitale bøger, der udnytter de digitale muligheder og ikke blot er en affotografering, f.eks. som pdf-fil, af de normale trykte bøger.

Erik C. Lindgren  
formand

FRK-009 – 075  
02.11.05



# Closing indies blame publisher policies

Bilag til notat af 2. nov. 2005  
fra Dansk Forlæggerforening til  
Kulturministeriets Udvalg vedrørende  
fremtidens bogmarked

Fiona Fraser

Several bookshops are closing their doors this month, blaming publishers for backing Amazon and supermarkets at the expense of the independent bookselling sector.

Maltby Books of Cheltenham is closing after falling sales and increased competition forced owner Ann Maltby to sell the lease. She said: "It is not a happy end to my 30 years in bookselling. Amazon is the main factor in our demise as the public sees them as a discount warehouse. Publishers have not grasped the fact that the book market is not expanding even if they sell more books through Amazon. Real booksellers are being forced out."

Peter Bergman, owner of Regent Bookshop, London NW1, said supermarket competition had contributed to the demise of his shop after 40 years in business. "Supermarkets are dangerous," he said. "The non-bookselling outlets are creaming off the saleable items. The supermarkets are out to get everything they can and independents' service and differences are no longer enough. The life is being sucked out of small

"Publishers have not grasped the fact that the book market is not expanding even if they sell more books through Amazon. Real booksellers are being forced out"

*Ann Maltby,  
Maltby Books*

communities."

Since July 2004, the number of independents in BA membership has fallen by 20. Tim Godfray, BA chief executive, said: "Competition has been particularly fierce from non-traditional outlets and the internet. But there is a lot of resilience in the independent sector and there are some extremely good booksellers in it."

Marcus Whewell, sales director of wholesaler Bertrams, said that there was a "constant churn" in the independent sector, which was "likely to increase as the high street becomes more crowded".

Kendrake Children's Bookshop has called for MPs to champion the role of the independent bookseller. The Sutton-based shop wrote to Birmingham Selly Oak MP Lynne Jones and Sutton MP Paul Burstow asking for their help in educating the public about the competitive threats they face.

The move follows *The Bookseller's* report highlighting an Early Day Motion tabled by Jones which urged publishers to stop offering terms on bestsellers that enable retailers to sell books at "extreme discounts".

fiona.fraser@bookseller.co.uk

## Not so wizard for Waterstone's

(Filed: 21/08/2005)

**Traditional bookstores found it impossible to offer the latest Harry Potter as cheaply as the supermarkets and online retailers. This highlights the challenge facing the UK's biggest bookseller, Waterstone's, reports James Hall**

The latest instalment of JK Rowling's best-selling series set in Hogwarts School of Wizardry and Witchcraft should have been called Harry Potter and the Riddle of the Sales Volumes, if publishing industry executives are to be believed.

Whispers from UK publishers and trade publications suggest that Waterstone's, the country's biggest bookseller with a 14.7 per cent market share, has sold fewer copies of the sixth volume about the boy wizard, Harry Potter and the Half-Blood Prince, than it had expected.

Normally this would not be a problem as the book sector operates on a sale or return policy. Retailers order (or 'sub') copies from a publisher and only pay for the ones that they sell. The rest are returned to the publisher.

However Bloomsbury, the listed publisher of the Harry Potter books, has set a limit on the number of copies that booksellers can return. This means that store groups which over-ordered The Half-blood Prince as Waterstone's is reported to have done, are stuck with mountains of books to shift.

The situation is causing unease among some publishers who claim that Waterstone's is returning higher-than-usual amounts of other titles as it deals with the Potter backlog. Waterstone's, which is owned by HMV Group, the listed retailer, is keeping its exact sales data as shrouded in secrecy as a Hogwarts spell, but denies that there is a problem.

"Harry Potter sold what we thought it would sell and it has not had any bearing on what we are doing elsewhere," says Scott Pack, Waterstone's buying manager.

However, a publishing executive points to the numbers sold via the internet. "Waterstone's was expecting the take-up to be massive, but Amazon [the online retailer] sold more books than anyone thought," he says.

Meanwhile the rival book chain Ottakar's, whose management last week announced that they want to take the business private, has disclosed that it accounted for only 4 per cent of the 2m copies of Potter 6 (as The Half-Blood Prince is known) that were sold on its first day of release.

Analysts say the figure is well short of Ottakar's traditional market share of 8 per cent, and this was in spite of the chain rebranding itself as "Pottakar's" for the day and hosting wizard parties.

So what has gone wrong for the conventional bookstores? Well, according to analysts, they have been priced out of the market by supermarkets and internet retailers, which have been selling Potter 6 at a huge discount.

The recommended retail price for the book is £16.99 but supermarkets and online sellers have slashed the price by up to £9. For example it is available for £8.99 - a 49 per cent discount on the RRP - on Amazon. While Tesco, the supermarket, has been selling it for £7.95.

Waterstone's, however, has it on sale for £11.99 and last week, in one branch at least, it was giving away a free copy of Lion Boy by Zizou Corder with every copy of The Half-blood Prince sold.

The situation provides a snapshot of wider issues at play in the book market. Critics of Waterstone's say that in trying to compete with supermarkets it has become obsessed with sales promotions, such as its front-of-store 3-for-2 offers. They also say that it pushes a limited range of best-sellers - such as the Harry Potter books - rather than sticking to its traditional role as an authority on a broad range of popular fiction.

The Sunday Telegraph spoke to many directors in the publishing industry. Most of them would only speak about Waterstone's anonymously for fear of upsetting their biggest customer.

"Waterstone's now sees its competition as WH Smith rather than seeing itself as a serious bookseller," says the managing director of a large, well-known UK publisher.

"Of course it has been hit by Amazon and the grocers, but rather than responding by trying to offer more range and better choice, it has decided to turn itself into WH Smith."

He criticises Waterstone's for having become process-driven and aggressive in the way that it treats its suppliers.

"Rather than working with publishers and saying 'how can we encourage people to read more, to buy more books, to get people to expand their horizons?', everything is done to squeeze more out of publishers," he says.

Others believe that the retailer has somehow betrayed its roots as a specialist bookseller. Where it used to allow shoppers to discover books among its shelves, the ranges it offers are now too limited, they complain.

"It has become a retailer rather than a bookseller. It is perfectly happy to lead the market to a book, whereas what it used to do was take the book to the market," says David Miller, a literary agent at Rogers, Coleridge & White, a London-based agency.

Pack dismisses the criticism and says that Waterstone's remains a "range retailer" with more titles on offer, than it had five years ago. He says that the 3-for-2 offers while effective, only account for a few hundred titles at any one time. The majority of sales come from thousands of books that are not on promotion, he says.

However he is also resolutely unapologetic that Waterstone's promotes popular titles such as those recommended by Richard & Judy, the TV presenters, who run a book club on their show. He believes that Waterstone's is putting up a fight in the cutthroat retail market.

"As a retailer you are not just competing against other bookstores, you are competing against everyone else on the high street," he says. "It is about how you can convince someone to buy a book rather than a pair of jeans.

"We are a bookshop and whatever the most popular books in the country are, we should be stocking them. Of course, I understand that the publishers, literary press and commentators will make comments on it, but the people we have to listen to are our customers," he says.

Waterstone's has even been criticised by publishers for dictating what kind of books they should produce.

"Publishers are always asking what the trend is so you feed back what you notice. But in terms of saying 'you've got to publish more crime books in which the protagonist is a 30-year-old male', it's nonsense," says Pack, who, as Waterstone's top book buyer, has had a lot of the flak directed at him.

Besides, he says that the book market is essentially unpredictable, with successes like *Eats, Shoots & Leaves*, the best-seller about abuse of the English language, coming from nowhere.

"If someone had told you that a book about grammar would have sold millions in hardback you would have laughed," he says.

However, this does not solve the identity crisis that many believe Waterstone's faces. Is it a specialist or a mass-market operator? And if it is the latter, how can it compete with supermarkets and the internet on price?

One publisher says that this is the group's biggest problem. "If Waterstone's wants to just be a mass-market retailer then it has to take on Tesco on price. And Tesco will eat it for lunch. Waterstone's is simply not geared to that cut-throat competition."

Information appearing on telegraph.co.uk is the copyright of Telegraph Group Limited and must not be reproduced in any medium without licence. For the full copyright statement see Copyright

14.09.2005

THE ONLINE EDITION  
INDEPENDENT

Danmarks Forlæggerforening	
LD-002	14.09.05
410	

14 September 2005 11:29

## Publishers protest over deal to sell Ottakar's to HMV

By Rachel Stevenson

Published: 14 September 2005

Authors and publishing groups have reacted angrily to news that the board of Ottakar's book chain has agreed a £96m takeover deal with HMV, the owner of Waterstone's. They fear the combined business will have a stranglehold on the literary community that will stifle new talent and lessen choice for readers.

The board of Ottakar's abandoned its support for a takeover by its management yesterday, led by the chief executive James Heneage, priced at 400p a share, in favour of HMV's 440p offer.

Mr Heneage and Philip Dunne, the co-founder and chairman, stand to make about £14m from their combined stake in the business.

HMV claims the enlarged business would encompass 23.6 per cent of the book-retailing market, including supermarkets and non-specialist retailers, and it does not believe it has any competition concerns to answer.

Some of the UK's top authors, including Antony Beevor, who wrote the award-winning *Stalingrad*, Andrew Taylor, author of *The American Boy*, and the Scottish crime writer, Aline Templeton, as well as publishers, fear the deal will put too much power in the hands of one retailer.

Mr Beevor, the chairman of the Society of Authors, said: "The real danger for authors and for diversity of literature as a whole is that when you exclude supermarkets, a combined Ottakar's and Waterstone's would control a high percentage of the quality book-retailing market. The power placed in Waterstone's hands and its centralised buying policy is then very strong indeed. The larger a retailer becomes, the less flexible it is at a local level, and decisions on what books to stock are all taken centrally. Waterstone's will also be able to demand greater and greater discounts from publishers."

A spokesman for the Publishers Association said: "We are concerned about the concentration of power on the high street."

Ms Templeton, whose latest book, *Cold in the Earth*, is being promoted at Ottakar's in Edinburgh, said she feared that owned by the London-headquartered Waterstone's, Ottakar's could end its commitment to promoting local authors. Mr Taylor said: "This takeover is bad news for authors and for readers. HMV's focus is on highly profitable, high-turnover titles, and other, important titles lose out. This will see the gradual commercialisation and trivialisation of our literary culture."

A spokesman for HMV said: "We are aiming to make Ottakar's a more efficient business so that it will sell more books, which has got to be good news for authors and consumers."

© 2005 Independent News & Media (UK) Ltd.

Bilag til notat af 2. nov. 2005 fra Dansk Forlæggerforening til Kulturministeriets Udvalg vedrørende fremtidens bogmarked

**Virkninger for boghandlen af en reduktion for en bogkunde af prisen fra 100,00 kr. til 87,50 kr.**

**Virkning af prisnedsættelsen for boghandlens bruttoavance  
Salg af en bog**

	Før rabat	Efter rabat
Udsalgspris inkl. moms, kr.	100,00	87,50
Udsalgspris ekskl. moms	80,00	70,00
Kunderabat: 10,00 kr. + 2,50 kr. i dermed reduceret moms		12,5 %
Boghandlens indkøbspris pr. stk. ekskl. moms kr.	52,00	52,00
<b>Bruttoavance, kr.</b>	<b>28,00</b>	<b>18,00</b>
Dækningsgrad	35,0 %	25,7 %

Prisnedsættelsen giver et mersalg:

Salgspris pr. bog, ekskl. moms kr.	80,00	70,00
Antal solgte eksemplarer (afsætning), idet priselasticiteten antages at være $\div 1,5^*$	100	119

Men også et tab af bruttoavance:

<i>Omsætning i alt ekskl. moms</i>	<i>8.000</i>	<i>8.330</i>
Indkøbspris, pr. stk. ekskl. moms kr.	52,00	52,00
<i>Vareforbrug</i>	<i>5.200</i>	<i>6.188</i>
<b>Bruttoavance, kr.</b>	<b>2.800</b>	<b>2.142</b>
Mistet bruttoavance		658

Som kun kan indhentes ved et **endnu større** mersalg:

Mistet bruttoavance kan fås ved salg af yderligere 658 kr.: 18 kr.= 36,5	36,5 stk.
For at få samme bruttoavance skal sælges i alt 119+36,5 stk.=	155,5 stk.
Eller en stigning i stykafsætningen på i alt ca.	55,5 %
Omsætningen skal ekskl. moms stige fra 8.000 kr. til 10.885 kr.	10.885 kr.
Eller en stigning i kroneomsætningen på	36 %

\* Priselasticiteten på bøger anslås efter foreliggende analyser (bl.a. professor Christian Hjorth-Andersen, Bogmarkedet i Danmark, Jurist og

Økonomforbundets Forlag) at være  $\div 1.5$ , hvilket betyder, at  $x\%$  prisnedsættelse vil føre til en forøgelse i antal solgte eksemplarer på  $x\% \times 1.5$ .

#### **Konklusion:**

Den nødvendige stigning i antal solgte eksemplarer på  $55\%$  for blot at opnå uændret bruttoavance ville kræve, at bøger havde en priselasticitet, som ligger langt over, hvad hittidige analyser peger på.

En indikation af priselasticiteten ud fra empiriske data kan man få ved at se på erfaringerne fra Sverige, der i 2002 nedsatte momsen på bøger fra  $25\%$  til  $6\%$  svarende til prissænkning på godt  $15\%$ . Momssænkningen slog i det store og hele igennem på detailpriserne. Hvis der derfor skulle gælde en priselasticitet på bøger, skulle det solgte antal bøger være steget med  $15\% \times 1.5 = 22,5\%$  i 2002, som var det første år efter momssænkningens indførelse steg den afsatte bogmængde med  $7\%$ . I 2003 var stigningen  $18\%$  ift 2001, altså året inden momssænkningen, og stigningen var  $14\%$  i 2003 ift 2001. Alle tre års resultater peger på, at priselasticiteten ud fra aktuelle data er noget lavere end  $\div 1.5$ .

Til det direkte tab i bruttoavance på  $658$  kr. i ovennævnte eksempel kommer yderligere, at et øget styksalg naturligvis også vil medføre øgede omkostninger til personale, lokaler, lagerføring etc. Det vil betyde, at for blot at opnå uændret bruttoavance, skal antal solgte eksemplarer stige væsentligt mere end de oven for anførte  $55\%$  ved en prisreduktion på  $12,5\%$  for slutkunden, hvilket er aldeles urealistisk.

I ovenstående beregninger var forudsat, at boghandlens indkøbspris pr. bogeksemplar hos forlaget var den samme, enten boghandlen indkøbte  $100$  stk. eller  $119$  stk. Der vil naturligvis normalt være mulighed for lavere indkøbspris ved større kvantum. Spørgsmålet er, om det er realistisk at påregne, at forlaget kan holde boghandlen skadesløs for den mistede bruttoavance?

Den mistede bruttoavance (endda ud fra den noget optimistisk ansatte priselasticitet) var  $658$  kr. Hertil kommer øgede omkostninger hos boghandleren til at håndtere den større mængde solgte bøger. Hvis der anslås en meromkostning på  $150$  kr., som skal lægges til den umiddelbart mistede bruttoavance på  $658$ , bliver det samlede tab  $808$  kr. Hvis forlaget skulle sælge de  $19$  ekstra enheder til boghandlen, så boghandlens tab/merkostning blev dækket, så skulle forlaget kun have  $180$  kr. i stedet for  $988$  kr. ( $52$  kr.  $\times 19$ ), altså en pris på  $9,50$  kr. for hver af de sidste  $19$  stk. i stedet for  $52,00$  kr. pr. stk. Forlagets betaling af royalty til forfatteren vil alene andrage  $70,00$  kr.  $\times 15\% = 10,50$  kr. Hertil kommer øgede omkostninger til trykning m.v. Forlaget vil altså ikke være i stand til at dække boghandlerens tabte bruttoavance.

Afslutningsvis skal det omkring priselasticiteter for bøger bemærkes, at når en person køber bøger, så ligger der normalt også samtidig en forestilling om, at der bliver tidsmæssig mulighed for

**køberen/gavemodtageren at læse bogen.**

**Lavere bogpriser kan naturligvis i sig selv animere til, at der købes flere bøger, men da tid også er en knap faktor, reduceres effekten af lavere priser, hvis bunken af ulæste bøger hos den enkelte bogkøber vokser.**

**Der vil derfor være mærkbar forskel på priselasticiteten i situationer, hvor få bogtitler nedsættes, og situationer hvor der sker generelle prisreduktioner.**

FRK - 009 - 078

02.11.05