



Konkurrenceredegørelse 2010

Uddrag fra redegørelsen:

Hovedkonklusionerne

Kapitel 4: Et nyt bogmarked

Hele redegørelsen kan downloades fra www.konkurrencestyrelsen.dk



KONKURRENCESTYRELSEN

Konkurrenceredegørelse

Juni 2010

Oplag: 800 stk.

Pris: Kr. 200,00 inkl. moms

Sælges hos: Rosendahls-schultzdistribution.dk,
Tlf. 43 22 73 00
www.schultzboghandel.dk
boghandel@rosendahls-schultzgrafisk.dk.

Konkurrencestyrelsen
Nyropsgade 30
1780 København V
Tlf.: 72 26 80 00
Fax: 33 32 61 44
E-mail: ks@ks.dk
www.ks.dk

On-line ISBN: 978-87-7029-427-0
ISBN: 978-87-7029-426-3

On-line ISSN: 1399-2120
ISSN: 1398-0076

Layout: Wordspecialisten

Trykning: Kailow

Billedmateriale: Istock

Redegørelsen er udarbejdet af Konkurrencestyrelsen

Hovedbidrag til de enkelte kapitler er forfattet af:

Kapitel 1: Hanne Arentoft

Kapitel 2: Christina Hoffgaard, Niels Enemærke, Jesper Halvorsen,
Signe Rølmer, Monica Hansen

Kapitel 3: Allan Skytte Christensen, Susanne Thaarup

Kapitel 4: Andreas Kryger Jensen, Joakim Eddie Aliana-Mogensen

Forord

Det seneste år har været et interessant år for konkurrencen i Danmark, og vi forsøger med Konkurrenceredegørelse 2010 at give et overblik over udviklingen.

Redegørelsen viser, at konkurrencesituationen er i fortsat bedring. Det går langsomt den rigtige vej, og det er godt for samfundet, virksomhederne og forbrugerne.

Regeringen har sat fokus på konkurrence i sit arbejdsprogram "Danmark 2020". I forlængelse heraf vedtog Folketinget i april 2010 Konkurrencepakken, som giver konkurrencen bedre vilkår i såvel den offentlige som den private sektor.

De nye tiltag har endnu ikke haft tid til at udmønte sig, men de vil styrke konkurrencen yderligere i de kommende år.

God læselyst!

Agnete Gersing

Indhold

Kapitel 1

Hovedkonklusioner

Konkurrenceredegørelse 2010

1.1	Indledning	7
1.2	Konkurrencen i Danmark	9
1.3	Konkurrence om offentlige opgaver	10
1.4	Et nyt bogmarked	11

Kapitel 2

Konkurrencen i Danmark

2.1	Resumé og konklusioner	13
2.2	Effektive markeder	17
2.3	Konkurrenceloven og håndhævelsen	35
2.4	Statsstøtte	47

Kapitel 3

Konkurrencen om offentlige opgaver

3.1	Resumé og konklusioner	55
3.2	Konkurrence om offentlige opgaver: Effekter og barrierer	58
3.3	Den offentlige sektors indkøb og annonceringer	62
3.4	Indikatorer for konkurrencen i stat, regioner og kommuner	66

Kapitel 4

Et nyt bogmarked

4.1	Resumé og konklusioner	81
4.2	Et bogmarked i forandring	83
4.3	Adgang	87
4.4	Udbud	92
4.5	Priser	97
4.6	Kvalitet	101
4.7	Virkning på forbrugerne	106
4.8	Et nyt bogmarked	109

Kapitel 1

Hovedkonklusioner

Konkurrenceredegørelse

2010

1.1 INDLEDNING

Gode vilkår for konkurrencen er vigtigt for at skabe vækst i samfundet. Virksomhederne udvikler bedre og billigere produkter, og forbrugerne oplever lavere priser og større udbud. Det øger velstanden.

Konkurrencesituationen i Danmark viser tegn på forbedring i perioden 2000-2007. Udviklingen sker dog langsomt, og set i forhold til de lande, vi normalt sammenligner os med, ligger priserne i Danmark fortsat på et højt niveau.

I regeringens arbejdsprogram ”Danmark 2020” er der fokus på at styrke konkurrencen. Regeringen vil derfor tage yderligere initiativer til at bringe konkurrencen op på niveau med de bedste lande.

I løbet af det seneste år er der sket en væsentlig forbedring af rammevilkårene for konkurrencen. Konkurrenceloven er styrket, der er indført skrappe sanktioner ved overtrædelse af udbudsreglerne, og butikkerne kan holde mere åbent. Regeringen har desuden nedsat et konkurrenceudvalg, der blandt andet undersøger, om en bedre informations- og vejledningsindsats samt fængselsstraf i kartelsager vil kunne give konkurrencen i Danmark et ekstra løft.

Det er ikke blot konkurrencen i den private sektor, der skal blive bedre. Det gælder også konkurrencen om de offentlige opgaver.

I Konkurrenceredegørelsen gør Konkurrencestyrelsen hvert år status over konkurrencesituationen i Danmark. Dette års kapitler omhandler:

- Konkurrencen i Danmark
- Konkurrencen om offentlige opgaver
- Et nyt bogmarked.

Boks 1.1: Hovedkonklusioner

Kapitel 2 – Konkurrencen i Danmark

- Der er tegn på, at konkurrencen i Danmark er i gradvis bedring. Der er dog et stykke vej, før konkurrencen er på niveau med de bedste lande.
- Konkurrenceindekset indikerer, at konkurrencen i Danmark er forbedret lidt fra 2000 til 2007.
- Priserne i Danmark er fortsat høje set i forhold til de seks EU-lande, det er relevant at sammenligne med. Korrigeret for forskelle i velstand, moms og afgifter lå de danske priser 9 pct. højere i 2008 end EU7-gennemsnittet.
- Danske virksomheder er mindre fokuserede på blandt andet ekspansion og indtjening end britiske og tyske virksomheder. Konkurrencekulturen blandt danske virksomheder og forbrugere kan være en medvirkende forklaring på de højere priser.
- Ramevilkårene for konkurrence er forbedret væsentligt i det seneste år. Blandt andet er konkurrencebogen styrket, bogpriserne givet helt fri og lukkeloven liberaliseret.
- Statsstøtten i Danmark er steget betydeligt som følge af den finansielle krise. Ses der bort fra krisestøtte, er støtten nogenlunde uændret i forhold til året før. Målt i forhold til BNP er statsstøtteniveauet uden krisestøtte højere i Danmark end i de fleste sammenlignelige lande.
- Liberaliseringen af det danske telemarked op gennem 1990'erne kan have medvirket til, at mobiltelefoni i Danmark i 2008 var væsentligt billigere end i sammenlignelige EU-lande.

Kapitel 3 – Konkurrencen om offentlige opgaver

- Konkurrencen om offentlige opgaver har været stigende de seneste år.
- Konkurrencen om kommunale opgaver steg i 2009 med 0,2 procentpoint, så 25,0 pct. af de opgaver, der kan komme i offentligt udbud, kom i udbud. Samtidig steg konkurrencen om statens driftsopgaver med 1,2 pct. til 25,9 pct.
- Regionerne har skabt konkurrence om 19,1 pct. af opgaverne i 2009, målt ved den nye regionale indikator for konkurrenceudsættelse.
- Der er opnået økonomiske gevinster på op til 20 pct. ved at konkurrenceudsætte pleje- og omsorgsopgaver uden tab af medarbejder- eller brugertilfredshed.
- Folketinget har vedtaget en lov, der sikrer en mere effektiv håndhævelse af udbudsreglerne.

Kapitel 4 – Et nyt bogmarked

- Siden 2001 er det danske bogmarked gradvist liberaliseret. Der er tegn på, at forbrugerne har fået adgang til et større udbud af bøger, og at forbrugerne oplever, at de får bøgerne til mere attraktive priser.
- Salgsstatistikken fra de danske forlag viser en stigende tendens i bogsalg fra 2001 til 2007. Særligt salget af skønlitteratur er steget.
- Flere forbrugere er begyndt at købe bøger. De nye bogkøbere er karakteriseret ved, at der er mange, som har en lavere hustandsindkomst og lavere uddannelse end gennemsnitsdanskere.

1.2 KONKURRENCEN I DANMARK

Samlet set peger analyserne i årets Konkurrenceredegørelse på, at konkurrencen er i gradvis bedring. Der er dog stadig et stykke vej, før konkurrencesituationen i Danmark kommer på niveau med de bedste lande.

Målt ved konkurrenceindekset er konkurrencen forbedret lidt fra 2000 til 2007. Forbedringerne kan især ses i den del af økonomien, hvor konkurrencen som udgangspunkt havde det dårligst.

Priserne i Danmark er imidlertid fortsat høje. Prisniveauet i Danmark var således 9 pct. højere i 2008 end gennemsnittet i gruppen af sammenlignelige EU-lande, når der korrigeres for forskelle i velstand, moms og afgifter. Især priserne på tjenesteydelser skiller sig ud. Her lå Danmark 11 pct. højere, mens varepriserne var 5 pct. højere.

En væsentlig del af prisdifferensen skyldes formentlig svagere konkurrence i Danmark. Konkurrencekulturen kan være en del af forklaringen på en svagere dansk konkurrence. Sammenlignet med britiske og tyske virksomheder er danske virksomheder mindre fokuserede på blandt andet ekspansion og indtjening.

I april 2010 vedtog Folketinget en væsentlig styrkelse af konkurrenceloven, som blandt andet forbedrer konkurrencemyndighedernes mulighed for at gribe ind over for fusioner, som vil kunne skade konkurrencen. De nye regler bringer på de fleste områder den danske konkurrencelov på højde med konkurrencelovgivningen i de europæiske lande, vi normalt sammenligner os med.

Der kan dog være behov for at undersøge, om konkurrenceloven kan gøres endnu mere effektiv ved at skærpe sanktionerne for overtrædelser. Sidst i 2009 nedsatte økonomi- og erhvervsministeren et udvalg, der blandt andet skal se på muligheden for at indføre fængselsstraf for karteller.

Afskaffelse af regler, som begrænser konkurrencen, kan også have betydelig effekt på et marked til gavn for forbrugerne. For eksempel kan liberaliseringen af det danske telemarked op gennem 1990'erne have medvirket til, at mobiltelefoni i Danmark i 2008 var væsentligt billigere end i sammenlignelige EU-lande.

Størstedelen af de sager, som Konkurrencerådet afgjorde i 2009 og frem til maj 2010, gav en direkte forbedring af konkurrencevilkårene på de berørte markeder. Forbedringerne havde blandt andet form af bedre adgangsmuligheder for nye virksomheder og svækkede muligheder for priskoordinering.

Konkurrencerådet afgjorde i 2009 ti sager, hvoraf de seks har haft en direkte effekt, da rådet enten udstedte et påbud, forbød en fusion eller godkendte et tilsagn

fra en eller flere virksomheder. I den forgangne del af 2010 har rådet afgjort fire sager, og der har været en direkte effekt i de tre.

1.3 KONKURRENCEN OM OFFENTLIGE OPGAVER

Konkurrencen om offentlige opgaver har været stigende de seneste år. Der er dog stadig et stykke vej til regeringens målsætning om, at 31,5 pct. af kommunernes opgaver skal i udbud i 2015.

Kommunerne skabte konkurrence om 25,0 pct. af opgaverne i 2009. Andelen er dermed steget en smule i forhold til 2008, da der var 24,8 pct., som kom i udbud. Kommunerne mangler dermed fortsat 1,5 pct. point i at nå målet om at skabe konkurrence om 26,5 pct. af driftsopgaverne, som de har aftalt med regeringen.

Staten sendte 25,9 pct. af sine driftsopgaver i offentligt udbud i 2009, mens der var tale om 24,7 pct. året før.

Regionerne skabte konkurrence om 19,1 pct. af opgaverne i 2009, målt ved den nye regionale indikator for konkurrenceudsættelse.

Der er stor forskel på, hvor meget de enkelte kommuner benytter sig af offentligt udbud. Gribskov, Fanø og Jammerbugt kommuner lå i top, da de havde over 35 pct. af deres opgaver i udbud i 2009. Omvendt var der en række kommuner, som sendte mindre end 20 pct. af deres opgaver i udbud sidste år.

Udbudsreglerne er med til at sikre, at de offentlige opgaver, som skal i udbud, også kommer det. I april 2010 vedtog Folketinget en ny lov, som gør det muligt at håndhæve reglerne mere effektivt, blandt andet ved at indføre skrappe sanktioner for grove overtrædelser.

Større synlighed om de offentlige udbud vil kunne styrke konkurrencen. Efter anbefaling fra Udbudsrådet drøfter en arbejdsgruppe under Konkurrencestyrelsen i øjeblikket modeller for en fælles platform, hvor alle offentlige opgaver med annonceringspligt slås op. Platformen ventes at være operationel i løbet af foråret 2011.

For nylig kortlagde Udbudsrådet effekterne af at udsætte offentlige opgaver for konkurrence. Rådet så på 114 undersøgelser og konkrete udbudssager. Størstedelen dokumenterer eller skønner positive økonomiske effekter.

Når en offentlig opgave kommer i udbud, er det ikke det samme som at udlicitere den. Ved udbud eller konkurrenceudsættelse kan en offentlig myndighed selv byde ind og vinde opgaven, hvis det viser sig, at den har den bedste løsning til prisen.

1.4 ET NYT BOGMARKED

Gennem de seneste ti år har det danske bogmarked været igennem en større forandringsproces. Boghandlerne har mistet deres eneret til at sælge bøger, og priserne er ikke mere faste. Til nytår forsvinder den sidste rest af 150 års regulering, og Danmarks bogmarked vil være fuldt ud liberaliseret.

Med liberaliseringen fulgte kampen om de købedygtige læsere, og den ser ud til at have haft effekt. Der er tegn på, at flere forbrugere køber bøger.

Generelt ses en stigende tendens i bogsalget fra de danske forlag i perioden, siden liberaliseringen begyndte i 2001 og frem til 2007.

Der kan være flere forklaringer på, at bogsalget er steget. En forklaring er de nye salgskanaler, hvor ikke mindst internetboghandlere og supermarkeder er trådt ind på markedet. En anden forklaring kan være den gradvise ophævelse af de faste priser på bøger, som har gjort det muligt for butikkerne at bruge bøger aktivt i deres markedsføring.

Konkurrencestyrelsens undersøgelser viser, at yderligere 4 pct. af befolkningen er begyndt at købe bøger i forhold til for 3-5 år siden. Gruppen af nye bogkøbere er karakteriseret ved, at mange har en lavere husstandsindkomst og et lavere uddannelsesniveau end gennemsnitsdanskere.

Undersøgelsen viser også, at ni ud af ti danskere over 15 år køber mindst én bog om året. Det er betydeligt flere, end tidligere undersøgelser har vist.

Mange forbrugere oplever, at prisen på bøger er faldet. Ifølge Konkurrencestyrelsens undersøgelser, oplever 51 pct. af forbrugerne, at prisen på bestsellere er faldet, og 40 pct. at prisen på bøger generelt er faldet.

Kapitel 4

Et nyt bogmarked

4.1 RESUMÉ OG KONKLUSIONER

Liberaliseringen af det danske bogmarked synes ikke at have skadet de kulturpolitiske hensyn. Tværtimod er der flere, som køber bøger, og der er tegn på, at befolkningsgrupper, som ikke tidligere har købt bøger, også er begyndt at købe dem.

I dag er bogmarkedet tæt på at være fuldt ud liberaliseret. Den sidste reminiscens af reguleringen forsvinder den 1. januar 2011, og dermed vil over 150 år gamle reguleringer af bogmarkedet forsvinde. De første skridt fra faste til frie priser blev taget i 2001, hvor andre end boghandlerne samtidig fik lov til at sælge bøger. Reguleringen bundede i et kulturpolitisk ønske om at sikre forbrugerne en nem tilgængelighed til bøgerne og et stort udvalg.

Med liberaliseringen fulgte konkurrencen om forbrugerne, og den ser ud til at have haft effekt. Der er tegn på, at forbrugerne har fået adgang til et større udbud af bøger, og at forbrugerne oplever, at de får bøgerne til mere attraktive priser.

Salgsstatistik fra de danske forlag viser en stigende tendens i bogsalget fra 2001 til 2007. Særligt salget af skønlitteratur er steget. Stigningen i bogsalget skal samtidig ses i lyset af internettets vækst som informationsmedium, hvorfra en del af forbrugerne nu får deres efterspørgsel efter faglitteratur opfyldt.

Der er tegn på, at flere forbrugere end tidligere køber bøger. Ifølge Konkurrencestyrelsens undersøgelser er yderligere 4 pct. af befolkningen nu begyndt at købe bøger i forhold til for tre til fem år siden. De nye forbrugere er i store træk kendetegnet ved at have en lavere husstandsindkomst og et lavere uddannelsesnivea end befolkningen som gennemsnit. Det indikerer, at bogen er blevet mere tilgængelig, så befolkningsgrupper, som ikke tidligere købte bøger, er begyndt at købe bøger.

Det har samtidig været med til at få flere forbrugere til at købe flere bøger. Konkurrencestyrelsens undersøgelser viser, at 34 pct. af forbrugerne køber flere bøger i dag end for 3-5 år siden. Modsat køber 22 pct. færre bøger i dag end for 3-5 år siden.

En af forklaringerne på et stigende salg af bøger kan findes i tilgangen af nye typer af salgskanaler. Fra 2001 blev det muligt for andre end boghandlerne at sælge bøger. En anden forklaring er den gradvise ophævelse af faste priser på bøger. Det er blevet muligt for butikkerne selv at prissætte bøgerne og bruge dem aktivt i markedsføringen.

Liberaliseringen har særligt fået supermarkederne til at sælge bøger. Supermarkederne har siden 2002 oplevet en årlig stigning i antal solgte bøger på 14 pct., og i 2009 solgte 2.200 supermarkeder og kiosker bøger. Samtidig er der kommet en tilgang af internetboghandlere. De har også oplevet en væsentlig fremgang i bog-salget.

Samlet er det Konkurrencestyrelsens vurdering, at den øgede diversitet af salgskanaler i højere grad matcher forbrugernes forskellige ønsker og behov. Tilgangen af nye typer af salgskanaler har været med til at stimulere forbrugernes købelyst.

Undersøgelsen bekræfter, at bogen i det 21. århundrede stadig er en god historie. Aldrig før i bogens historie har den været udsat for konkurrence fra så mange forskellige medier, der alle konkurrerer om forbrugernes tid og penge. Alligevel fortsætter forfatterne med at skrive, forlagene med at udgive, boghandlerne og andre salgskanaler med at sælge, og allervigtigst – de danske forbrugere fortsætter med at efterspørge og købe bøger. Det er i sig selv en god historie.

Boks 4.1: Hovedkonklusioner

- Siden 2001 er det danske bogmarked gradvist blevet liberaliseret. Liberaliseringen har været med til at lette adgangen til bøger, øge variationen i udbuddet, samt fastholde og muligvis sænke priserne.
- I dag er der lettere adgang til bøger end i 2001. Antallet af salgssteder, hvor der kan købes bøger er steget væsentligt, og typen af salgskanaler er blevet mere mangfoldig. Særligt supermarkeder, kiosker og internetboghandlere har lettet adgangen. I 2009 solgte ca. 2.200 supermarkeder og kiosker bøger.
- Variation i udbuddet af bøger er øget. Siden 2003 er antallet af skønlitterære udgivelser steget 22 pct.
- Der er indikationer på et fald i bogpriserne i forhold til andre varer og tjenester. Ifølge Konkurrencestyrelsens undersøgelser vurderer 50 pct. af forbrugerne, at priserne på bestsellere er faldet, mens 40 pct. vurderer, at priserne generelt er faldet på bøger. Endvidere er to ud af tre forbrugere enige eller helt enige i, at de oftere ser gode tilbud på bøger i dag end for 3-5 år siden.
- Der er indikationer på en øget kvalitet i købsoplevelsen. Adgangen til at købe bøger er forbedret, og de forskellige typer af salgskanaler matcher i højere grad forbruger



nes forskellige ønsker og behov. Det har været med til at stimulere forbrugernes købelyst.

- Salgsstatistik fra de danske forlag viser en stigende tendens i bogsalget fra 2001 til 2007. Særligt salget af skønlitteratur er steget.
- Internetboghandlere og supermarkeder har oplevet en væsentlig fremgang i bogsalget. Supermarkederne har fra 2001 til 2009 tredoblet antallet af solgte bøger.
- Konkurrencestyrelsen undersøgelser viser, at ni ud af ti danskere over 15 år køber bøger (mindst én bog om året). Det er væsentligt flere, end tidligere undersøgelser har fundet. Tidligere undersøgelser indikerede, at omkring seks ud af ti danskere købte bøger.
- Flere forbrugere er begyndt at købe bøger. Konkurrencestyrelsens undersøgelser viser, at bogkøbernes andel af befolkningen inden for de seneste 3-5 år er steget med 4 procentpoint.
- De nye bogkøbere er kendetegnet ved at have en lavere husstandsindkomst end den gennemsnitlige husstandsindkomst og ved at have en uddannelseslængde kortere end den gennemsnitlige dansker. Der er således tegn på, at bogen har nået nye forbrugergrupper.
- Flere forbrugere er begyndt at købe flere bøger. Konkurrencestyrelsens forbrugerundersøgelse viser, at 34 pct. af forbrugerne køber flere bøger i dag end for 3-5 år siden. Modsat køber 22 pct. færre bøger i dag end for 3-5 år siden.

4.2 ET BOGMARKED I FORANDRING

I 2001 trådte bogmarkedet ud af et over 150 år gammelt reguleringssystem. Andre end boghandlere fik lov til at sælge bøger, og de første skridt blev taget fra faste til frie priser. Dette kapitel gør status på, hvordan bogmarkedet vurderet ud fra de kulturpolitiske hensyn har udviklet sig siden 2001.

I dette afsnit gennemgås de kulturpolitiske hensyn på bogmarkedet. I afsnit 4.3 - 4.6 gennemgås udviklingen siden liberaliseringen i 2001 vurderet ud fra de kulturpolitiske hensyn til adgang til bøger, udbud af bøger, pris og kvalitet. Afsnit 4.7 fokuserer på liberaliseringens virkning på forbrugerne, mens afsnit 4.8 perspektiverer konklusionerne fundet i de tidligere afsnit.

De kulturpolitiske hensyn

Siden midten af 1800-tallet har bogmarkedet været reguleret ud fra særlige kulturpolitiske hensyn. De kulturpolitiske hensyn har gennem årene være formuleret lidt forskelligt, om end de har kredset om det grundlæggende hensyn, at bøger er et kulturelt gode, der beriger befolkningen, og derfor skal tilgængeligheden til bøger være let for befolkningen og udvalget af bøger stort.

Tilgængeligheden dækker alle forhold, der påvirker forbrugernes adgang til at købe bøger. Det er den geografiske adgang til at købe bøger, udvalget af bøger præsenteret for forbrugeren i butikken, rådgivningen i butikken og prisen på bøgerne.

Udvalget af bøger dækker over antallet af forskellige bøger inden for de forskellige genrer, som er tilgængelige for forbrugerne. Det er således et ønske, at der udgives en stor variation af bøger, herunder bøger som har et lille oplag (smal litteratur).

Ifølge Kulturministeriet er de kulturpolitiske hensyn i dag, at *forbrugerne har let adgang til en stor variation af titler af god kvalitet og til en rimelig pris.*

Reguleringen

Indtil 2001 var det den politiske opfattelse, at en regulering af bogmarkedet bedst kunne sikre en opfyldelse af de kulturpolitiske hensyn. Det var tanken, at reguleringen skulle beskytte forfattere, forlag og boghandlere fra fri konkurrence og sikre dem en omsætning af en vis størrelse. Derved havde boghandlerne økonomi til at tilbyde forbrugerne et stort udbud i butikken og give dem en kvalificeret rådgivning. Samtidig havde forfattere og forlag økonomi til at udgive en stor variation af bøger, herunder af den smalle litteratur.

Reguleringen af bogmarkedet byggede på en samhandelsaftale mellem forlag og boghandlere.⁴⁵ Historisk har de to vigtigste elementer i reguleringen været en regulering af, *hvem* der måtte sælge bøger til forbrugerne, og til hvilken *pris* bøgerne måtte sælges. Disse to elementer var konkurrencebegrænsende, fordi de udelukkede priskonkurrencen og udelukkede konkurrencen mellem boghandlere og andre salgskanaler. Samhandelsaftalen var undtaget fra konkurrenceloven.⁴⁶ Det blev politisk bestemt, da monopolloven blev erstattet af konkurrenceloven i 1997. Igen var det vurderingen, at kun via samhandelssystemet kunne de kulturpolitiske hensyn bedst opfyldes. Denne vurdering ændrede sig dog i 1999.

I 1999 udarbejdede Konkurrencestyrelsen et debatoplæg om Bogbranchens erhvervsvilkår. Debatoplægget stillede spørgsmålstejn ved, om den eksisterende samhandelsaftale var den bedste vej til at opfylde de kulturpolitiske hensyn, og om et liberaliseret marked ikke kunne opfylde dem bedre. På baggrund af et debatoplæg reformulerede Kulturministeriet i efteråret 1999 de kulturpolitiske hensyn. Hensynene blev debatteret nærmere på en høring i Folketinget i februar

⁴⁵ *Samhandelsaftalen er en aftale forhandlet mellem forlagenes brancheorganisation Forlæggerforeningen og boghandlernes brancheorganisation Boghandlerforeningen.*

⁴⁶ *Jf. konkurrencelovens § 27.*

2000. Debatten førte til, at de kulturpolitiske hensyn blev ændret. Bl.a. blev boghandlernes eneret til at handle med bøger udskrevet af de kulturpolitiske hensyn.

Indtil 2001 var forlag og boghandlere låst af en gensidig eksklusivitet til at forhandle bøger. Forlagene måtte kun sælge deres bøger til boghandlerne, og boghandlerne måtte kun forhandle bøger fra forlag, som var tilsluttet samhandelsreglerne. Det betød i praksis, at kun boghandlere kunne sælge bøger.⁴⁷ I 2001 blev denne gensidige eksklusivitet fjernet.⁴⁸

Indtil 2001 havde forlagene også pligt til at diktere boghandlernes priser. Det betød, at forlagene bestemte til hvilken pris, boghandlerne måtte sælge bøgerne til forbrugerne. I 2001 blev denne *pligt* til at diktere priser ændret til at være en *ret*. Retten til at diktere priser blev i 2006 indskrænket til maksimalt at måtte omfatte 10 pct. af nyudgivne titler.⁴⁹ Bogbranchen benytter dog ikke deres ret fuldt ud. Ifølge Boghandlerforeningen og Forlæggerforeningen havde højst 1 pct. af de danske bøger i 2009 fast pris. Retten til at fastsætte faste priser forsvinder den 1. januar 2011, når den nuværende samhandelsaftale mellem forlag og boghandlere udløber.⁵⁰

⁴⁷ Der var to undtagelser fra reglen. Dels kunne bøger under 155 kr. (i 2000) sælges af andre end boghandlerne, når fastprisreglerne m.v. blev overholdt. Endvidere kunne forlag via bogklubber sælge bøger i særlige udgaver direkte til forbrugerne.

⁴⁸ Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 26. april 2000 om "Bogbranchens samhandelsregler m.v."

⁴⁹ Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 29. marts 2006 om "Begrænsning af bogbranchens fastprisdispensation".

⁵⁰ Bogbranchens fastprissystem har en dispensation fra konkurrenceloven. Denne dispensation ophæves den 1. oktober 2010, når en ændring af konkurrenceloven træder i kraft. Det betyder, at bogbranchen vil være omfattet af konkurrenceloven på lige fod med andre brancher. Den nuværende samhandelsaftale er dog gældende indtil aftalens udløb 31. december 2010.

Udviklingen siden 2001

De kulturpolitiske hensyn beskrevet ovenfor kan deles op i fire delelementer: Adgangen til bøger, udbuddet af titler, kvaliteten af bøger og prisen på bøger.

I det følgende vil det blive vurderet, hvordan de kulturpolitiske hensyn er blevet tilgodeset i perioden siden 2001. Vurderingen vil ske ud fra en vurdering af de enkelte delelementer.⁵¹

1. *Adgang* er forbrugernes fysiske, geografiske og praktiske adgang til bøger.
2. *Udbud af titler* er titeludbuddet præsenteret for forbrugerne.
3. *Pris* er forbrugernes omkostning ved at købe en bog.
4. *Kvalitet* er kvaliteten i bøgernes indhold (denne analyse vil alene se på faktorer i selve bogkøbet).

De fire delelementer vil danne rammen for analysen. Analysen vil ligesom de kulturpolitiske hensyn kun være rettet mod det marked, hvor forbrugerne køber bøgerne. Bibliotekernes rolle vil således ikke indgå i undersøgelsen.⁵²

Endvidere tager analysen udgangspunkt i udviklingen siden 2001. Fokus er på den gradvise liberaliserings virkning på bogmarkedet. Udover liberaliseringen kan en række faktorer have påvirket udviklingen siden 2001. Den teknologiske udvikling kan have været en stor drivkraft. Faldende priser på computere og IT-udstyr har været med til at reducere produktionsomkostningerne, at effektivisere distributionen og samtidig åbnet op for nye typer af salgskanaler, fx internet-boghandlere. Den teknologiske udvikling i bogmarkedet kan være drevet af den generelle udvikling i samfundet, men også af konkurrencepresset på bogmarkedet som følge af liberaliseringen. Denne analyse har ikke til formål at separere virkningen af de to eller forsøge at udskille virkningen fra den generelle teknologiske udvikling. Udviklingen vil derfor blive set under ét. Andre faktorer kan være ændringer i forbrugernes velstand, deres tidsanvendelse på bøger, konjunkturerne, m.v.

⁵¹ Fortolkningen ligger op ad Kulturministeriets rapport fra bogudvalget 2007-2008.

⁵² I 2008 købte de danske biblioteker (folke- og forskningsbiblioteker) tilsammen ca. 2 mio. bøger, jf. www.bibliotekogmedier.dk. Det svarer til ca. 6-7 pct. af de samlede bogkøb i Danmark. Bibliotekerne køber ind på markedsvilkår og udvælger bøgerne efter kriterierne kvalitet, aktualitet og alsidighed. Indkøbene foretages som fællesindkøb gennem Dansk Bibliotekscenter for at få mængderabatter hos forlagene eller som individuelle indkøb hos et forlag. Forlagenes salg til biblioteker er med i bogstatistikkerne i denne analyse.

Boks 4.2: Konkurrencestyrelsens undersøgelser

Konkurrencestyrelsens forbrugerundersøgelse. Konkurrencestyrelsen har i samarbejde med analyseinstituttet Synovate Danmark undersøgt 1.000 repræsentativt udvalgte danskeres ønsker for bogmarkedet, deres faktiske adfærd på bogmarkedet og oplevede forandringer på bogmarkedet. Undersøgelsen blev lavet som et telefoninterview. Interviewet bestod af 25 spørgsmål og varede i gennemsnit 14 minutter.

Respondenterne blev udvalgt tilfældigt ud fra et udtræk af telefonnumre fra flere teleselskaber og omfattede både fastnet- og mobiltelefoner. Respondenterne vidste ikke, at undersøgelsen handlede om bogmarkedet eller var bestilt af Konkurrencestyrelsen, inden de svarede, om de ønskede at medvirke i undersøgelsen.

Spørgeskemaet er bygget op, så respondenterne først skulle angive deres generelle ønsker for bogmarkedet (præferencer). Det drejer sig om, hvilke forhold de lægger vægt på, når de køber bøger. Da der kan være forskel mellem en respondents ønsker og faktiske købsadfærd, skulle respondenterne efterfølgende angive deres faktiske adfærd omkring det sidste bogkøb. Til sidst skulle respondenterne angive deres opfattelse af forandringerne i bogmarkedet de seneste 3-5 år og forandringer i deres faktiske adfærd. 3-5 år vurderes at være grænsen for, hvor langt tilbage en respondent kan huske, uden usikkerheden bliver for stor.

Alle spørgsmål og svar kan findes på Konkurrencestyrelsens hjemmeside www.ks.dk.

Konkurrencestyrelsens supplerende undersøgelser. Konkurrencestyrelsen har indhentet data for bogsalg fra supermarkeder og kiosker. Dataene er brugt til at supplere eksisterende opgørelser over bogsalg. De indhentede data fra supermarkeder og kiosker er grundet fortrolighedshensyn ikke offentliggjort.

Derudover har Konkurrencestyrelsen i forbindelse med analysen af bogmarkedet interviewet forfattere, forlag, distributører, boghandlere, supermarkeder og forbrugere om forholdene på markedet. Interviewene er brugt som baggrundsviden i analysen. Interviewene er grundet fortrolighedshensyn ikke offentliggjort.

4.3 ADGANG

Let adgang til bøger får forbrugerne til at købe bøger. Lettere adgang forekommer, når forbrugerne kan købe de ønskede bøger flere steder. Lettere adgang kan også forekomme, hvis der udvikles typer af salgssteder, som i bedre grad matcher forbrugernes indkøbsadfærd og -vaner. Det kan fx være fremkomsten af internetboghandlere til de forbrugere, som ønsker at sidde i ro og mag derhjemme, når de skal købe en bog. Eller supermarkeder og kiosker til de forbrugere, som ønsker at spare tid og købe bogen, når de alligevel er ved at handle andre varer.

Omkring en tredjedel af forbrugerne tilkendegiver i Konkurrencestyrelsens undersøgelser, at indkøbsstedets beliggenhed i forhold til deres bopæl, arbejde eller hvor de ellers handler, har stor eller særdeles stor betydning for dem.

Udviklingen i adgangen til bøger

I dag er der lettere adgang til bøger end i 2001. Antallet af salgssteder, hvor der kan købes bøger, er steget væsentligt, og typen af salgskanaler er blevet mere mangfoldig.

Før 2001 havde boghandlere og forlag gensidig eksklusivitet, så kun boghandlerne måtte sælge forlagenes bøger. Derudover kunne forlagene selv sælge deres bøger direkte til forbrugerne, fx gennem bogklubber. Ophævelsen af den gensidige eksklusivitet i 2001 har betydet, at andre typer af salgssteder er begyndt at sælge bøger. Her er supermarkeder og internetboghandlere de mest fremtrædende.

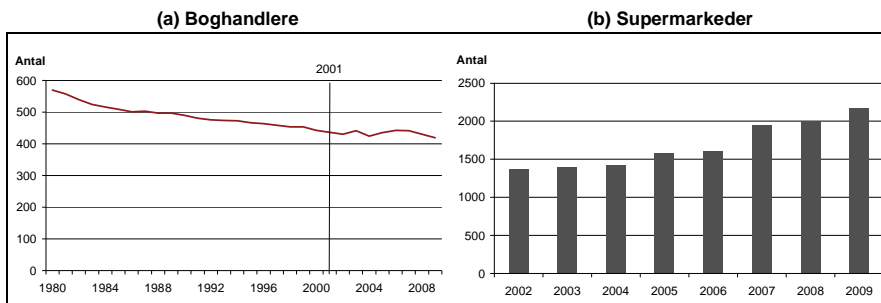
Ophævelsen af eksklusiviteten har ikke reduceret antallet af boghandlere nævneværdigt. I 2009 var der stort set lige så mange boghandlere som i 2001, jf. figur 4.1(a). Antallet af boghandlere har ligget stabilt i perioden. Der er således tegn på, at den negative tendens fra 1980 til 2000, hvor over 1 pct. af boghandlerne blev lukket om året, er ophørt.

Siden 2001 er der kommet nye salgskanaler. Nogle boghandlere har beholdt den fysiske boghandel og suppleret adgangen med en hjemmeside, hvorfra det er muligt at købe bøger. Når bogen er købt, leveres den til døren via Post Danmark. Der er også åbnet danske internetboghandlere, som kun er til stede på internettet, fx Saxo.com. I 2009 var der fem internetboghandlere. Dertil kommer forlagenes egne internetboghandlere.

En anden type salgskanal er supermarkeder. I 2009 solgte ca. 2.200 supermarkeder bøger, jf. figur 4.1(b). Supermarkederne tæller kæderne Bilka, Kvickly, Føtex, SuperBrugsen, Dagli'Brugsen, Netto, Fakta, Aldi, Lidl, SuperBest og Rema1000.

Endelig er kiosker også begyndt at sælge bøger. Særligt DSB's 85 kiosker sælger bøger. Det drejer sig hovedsageligt om pocket-bøger.

Figur 4.1: Udvikling i antal salgskanaler



Note: Det har ikke været muligt for to supermarkeds kæder at oplyse antallet af butikker, som solgte bøger før 2007. Dette kan forklare springet i antallet af supermarkeder, som solgte bøger fra 2006 til 2007. Det har endvidere ikke været muligt at få data for supermarkederne for 2001.

Kilde: Konkurrencestyrelsens undersøgelser.

Tilgangen af supermarkeder, kiosker og internetboghandlere betyder, at adgangen til bøger er blevet lettere efter liberaliseringen i 2001. Der er kommet flere salgssteder, og typerne af salgssteder er mere varierede, så de i højere grad matcher forbrugernes indkøbsadfærd og -vaner.

Den lettere adgang og tilgangen af nye typer af salgssteder har også ændret forbrugernes faktiske købsadfærd.

Ifølge Konkurrencestyrelsens supplerende undersøgelser har supermarkeder og kiosker haft en markant fremgang i salget. Supermarkeder og kiosker har haft en årlig fremgang på 14 pct., så de i 2009 solgte tre gange så mange bøger som i 2001. Bogbranchen har udarbejdet bogstatistikkerne Forlagsstatistikken og Bogbarometeret, som på hver sin måde forsøger at beskrive udviklingen i forlagenes bogsalg. Begge statistikker indeholder en række usikkerheder og skal derfor fortolkes med forbehold, jf. boks 4.3. De to bogstatistikker indikerer dog også, at supermarkeder og kiosker særligt de sidste 3-4 år har oplevet en fremgang, jf. figur 4.2.

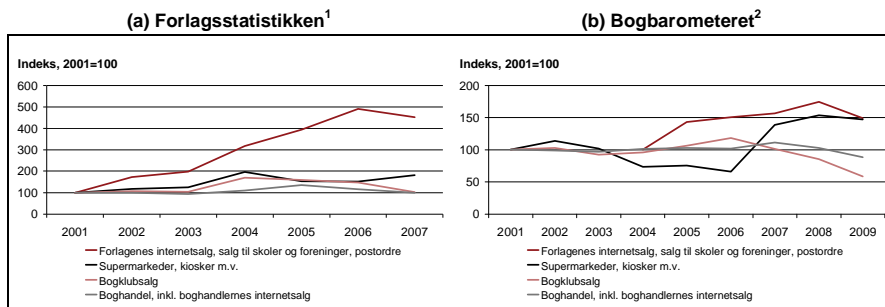
Forlagenes internetsalg har også oplevet en fremgang. Begge bogstatistikker indikerer, at forlagenes direkte salg, som bl.a. tæller internetsalg og skolebogsalg, er steget væsentligt siden 2001, jf. figur 4.2. En del af stigningen kan henføres til en omlægning af skolebogsalg uden om boghandlerne, som nu tæller med som direkte salg, jf. figur 4.5, som viser et fald i boghandlernes salg af skole- og lærebøger.

Bogstatistikkerne indikerer, at boghandlerne efter en periode fra 2004 til 2007/2008 med flere solgte bøger end i 2001 har oplevet et fald, jf. figur 4.2. Der kan være flere forklaringer på nedgangen de sidste par år. Den finansielle krise,

som begyndte i 2008, ramte boghandlernes likviditet. Da boghandlerne har en pengebinding i de bøger på hylderne, som endnu ikke er solgt, er boghandlerne begyndt at fokusere på lageret for at minimere omkostningerne. Det kan således have haft indvirkning på boghandlernes køb af bøger. Dertil har flere boghandlere forklaret, at den generelle ændring af branchens afregningsvilkår for bogkøb, der betød forkortede kredittider fra leverandører, yderligere har presset mange boghandlere på likviditeten. Endelig kan konjunkturudsvingene i de seneste år have påvirket forbrugernes købelyst og dermed også salget af bøger i boghandlen.

Bogstatistikkerne indikerer, at forlagenes bogklubsalg er faldet. I 2004 blev forlagsstatistikken forbedret, så en større del af forlagenes bogklubsalg blev medtaget. Statistikken blev derefter mere retvisende for det faktiske salg. Bogklubsalget før 2004 har således været undervurderet, og der kan derfor ikke udledes at have været en stigning i bogklubsalget frem til 2004.⁵³

Figur 4.2: Udviklingen i antal solgte bøger fordelt på salgskanaler



Note 1: I 2004 blev forlagsstatistikken forbedret, så bogklubsalget blev mere retvisende, jf. forlagsstatistikken 2004.

Note 2: I 2004 og 2008 blev Bogbarometeret forbedret. Fra og med 2008 har en række større forlag afgivet oplysninger om yderligere salg uden om forlagsdistributørerne NBC og DBK, bl.a. supermarkeder og kiosker og direkte til slutkunder, især uddannelsesinstitutioner.

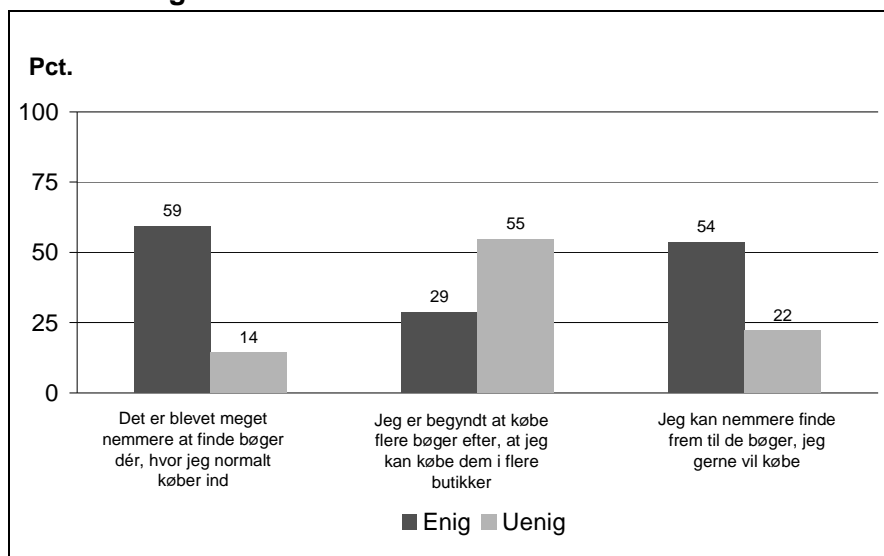
Kilde: Forlagsstatistikken og Bogbarometeret.

Forbrugerne har også oplevet en lettere adgang til bøger de seneste 3-5 år. Således er 59 pct. af forbrugerne i Konkurrencestyrelsens undersøgelser enige i, at det er blevet meget nemmere at finde bøger dér, hvor de normalt køber ind, jf. figur 4.3. Endvidere er 54 pct. enige eller helt enige i, at de nemmere kan finde frem til de bøger, de gerne vil købe. Det er således de fleste forbrugere, som vurderer, at der er lettere adgang til bøger, og at de nemmere kan finde frem til de bøger, de ønsker.

⁵³ Jf. forlagsstatistikken 2004, s. 16.

Den lettere adgang til bøger har også påvirket forbrugernes faktiske købsadfærd. Fx vurderer 29 pct. af forbrugerne, at de er begyndt at købe flere bøger efter, at de kan købe dem i flere butikker, jf. figur 4.3.

Figur 4.3: Forbrugernes oplevelser af forandringer i adgangen de seneste 3-5 år



Kilde: Konkurrencestyrelsens undersøgelser.

Boks 4.3: Bogstatistikker

Forlagsstatistikken. Fra 1980 til 2007 udarbejdede Forlæggerforeningen årligt en bogstatistik (forlagsstatistikken). Forlagsstatistikken byggede på data fra Forlæggerforeningens medlemmer. I 2007 var omkring to-tredjedele af den samlede bogomsætning dækket af statistikken. Uden for Forlæggerforeningen stod en gruppe på omkring 1.400 udgivere, hvoraf ca. 800 benyttede distributørerne, mens resten distribuerede på anden måde. Omsætningen for forlagene uden for Forlæggerforeningen blev vurderet ud fra tal fra distributørerne, regnskabstal og andre oplysninger. Forlæggerforeningen vurderede selv, at omsætningen for ikke-medlemmer rummede mange usikkerhedsmomenter og skøn. Dertil kommer, at forlagsstatistikken over perioden har haft nogle databrud, fx blev forlagsstatistikken forbedret i 2004, så bogklubsalget blev mere retvisende.

Bogbarometeret. Siden 2001 har forlæggerforeningen også udarbejdet en kvartalsstatistik over forlagenes salg, som bygger på data fra de to forlagsdistributører NBC og →

DBK. Data er suppleret med data fra bogklubber, der selv distribuerer, og forlag der sælger uden om distributørerne. Data vedrørende antal boglubbind og antal elektroniske enkeltudgivelser, hvor omsætningen kan stamme fra licenser, er usikker og hviler på en vurdering. En række forlag indgår ikke i omsætningen, og en række deltagende forlags direkte salg til boghandel, udlandet, supermarkeder, kiosker, m.v. og slutbrugeren indgår heller ikke. Dertil kommer, at Bogbarometeret i 2004 og 2008 havde databrud. Fra og med 2008 har en række større forlag afgivet oplysninger om yderligere salg uden om forlagsdistributørerne NBC og DBK, bl.a. supermarkeder og kiosker og direkte til slutkunder, især uddannelsesinstitutioner. Forlæggerforeningen vurderer i 2009, at Bogbarometerets kvartalsstatistik omfatter lidt over 85 pct. af den samlede forlagsomsætning.

Forlagsstatistikken og Bogbarometeret er ikke helt dækkende for danskernes samlede bogkøb. Fx indeholder bogstatistikkerne ikke danskernes køb af bøger i udlandet, den danske detailhandels salg af udenlandske bøger eller eksport af bøger. Det samlede bidrag herfra vurderes dog at være marginalt i forhold til det samlede bogkøb. En anden usikkerhed er, at fx supermarkederne også er begyndt at producere bøgerne selv. Disse bøger vil ikke fremgå af bogstatistikkerne. Konkurrencestyrelsen har derfor supplerende indhentet data fra supermarkederne og kiosker, jf. Konkurrencestyrelsens undersøgelser boks 4.2. Det vurderes dog i mangel af bedre, at bogstatistikkerne kan bruges som et groft skøn over udviklingen i bogsalget i de forskellige salgskanaler. Det er dog kun et skøn, da nogle butikker i detailleddet kan øge deres køb af bøger for at opbygge et lager, og uden at det således skyldes et større salg.

DBC (tidligere kendt som Dansk BiblioteksCenter) udarbejder hvert år en statistik over alle udgivne titler, som er omfattet af bogbranchens samhandelsaftale og dermed er tilgængelig for forbrugerne (DBC's rensede bogstatistik). Opgørelsen baserer sig på en pligtig indberetning og registrering af bøger hos DBC.

Der er ikke oplysninger om, at kvaliteten af indberetningerne svinger fra år til år. Derfor vurderes usikkerheden ikke at have betydning, når antal udgivne titler vurderes over en årrække. DBC vurderer selv, at antallet af titler kan afvige med +/- 5 pct.

4.4 UDBUD

Et bredt udbud af bøger gavner forbrugerne. For det første er det de færreste forbrugere, som køber den samme bog to gange. For det andet betyder et større udvalg på hylderne, at forbrugerne med større sandsynlighed kan finde de bøger, der matcher deres behov. Det kan være bøger, forbrugerne har kendskab til i forvejen, når de går ind i en butik, men det kan også være bøger, de først får kendskab til i butikken.

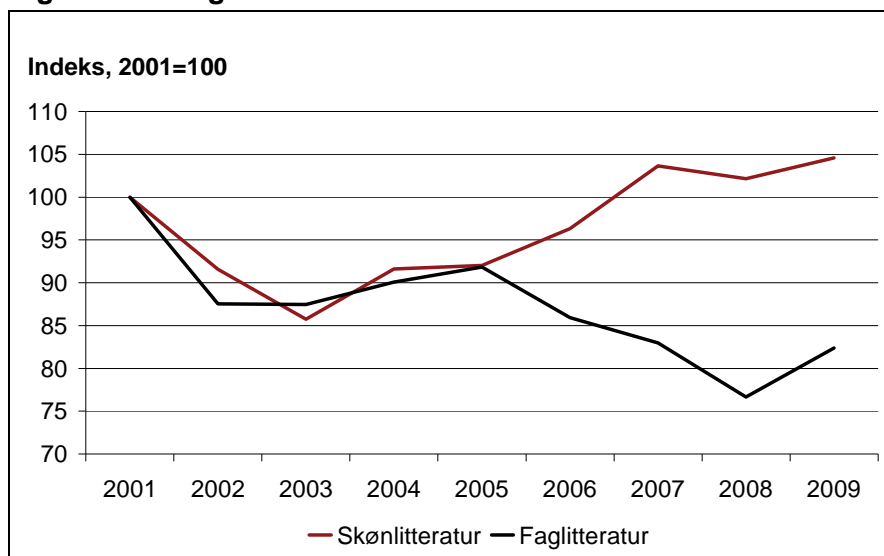
Ifølge Konkurrencestyrelsens forbrugerundersøgelse mener 42 pct. af forbrugerne, at det har stor eller særdeles stor betydning for deres bogkøb, at de kan få bøger inden for alle genrer, der hvor de køber bøger. Der er således et væsentligt ønske blandt forbrugerne om et generelt stort udbud, der hvor de køber bøger. Når det drejer sig om bøger inden for de genrer, som specifikt interesserer forbrugeren, svarer 68 pct., at det har stor eller særdeles stor betydning for dem.

Udviklingen i udbuddet

Variation i udbuddet af bøger kan måles på flere måder. For det første er der bredden af genrer og dybden inden for hver genre. For det andet er der synligheden af udbuddet af bøger for forbrugerne. Forbrugerne får kun glæde af variationen, hvis de har kendskab til den eller på anden måde bliver præsenteret for den.

Det vigtigste mål for variationen er antallet af udgivne bøger, som er tilgængelig for forbrugerne. Antallet af udgivne skønlitterære titler i 2009 lå 5 pct. over niveauet for 2001, jf. figur 4.4. Efter et fald fra 2001 til 2003 er antallet af udgivne skønlitterære titler steget ca. 22 pct. Væksten kan især tilskrives udgivelser af romaner, noveller samt børne- og skolebøger.

Figur 4.4: Udgivne titler fra 2001 til 2009



Kilde: DBC's rensede statistik.

Den udgivne faglitteratur er faldet ca. 18 pct. fra 2001 til 2009, jf. figur 4.4. Et tværfagligt udvalg om bogens kulturpolitiske situation vurderer, at internettets vækst som informationsmedium er en væsentlig årsag til faldet.⁵⁴

Samlet indikerer DBC's bogstatistik således, at antallet af udgivne titler er steget i perioden. De skønlitterære udgivelser er steget væsentligt siden 2003, mens faldet i faglitteratur kan tilskrives internettets udbredelse.

DBC's bogstatistik viser det generelle udbud af bøger, ikke hvad forbrugerne bliver præsenteret for i butikkerne. Ikke to boghandlere har det samme udbud af bøger på hylderne. Nogle boghandlere er etableret som klassiske boghandlere, hvor der i butikken er lagt vægt på bøger. Disse boghandlere har ofte mere end 8.000 titler på hylderne. Andre boghandlere supplerer indtjeningen med salg af kontorartikler og underholdningsvarer som dvd'er, cd'er, spil, m.v. Antallet af titler kan således variere betydeligt for disse butikker. En lille boghandel har ca. 3.000-5.000 titler på hylderne, mens mellemstore har 5.000-8.000 titler. Boghandlerne vælger selv deres udbud af titler. I nogle bogkæder skal butikkerne dog udbyde et fast sortiment af bøger (ofte for at koordinere tilbudskampagner m.v.), som kan variere i størrelse alt efter kæde. Boghandlerne har via et centralt bogbestillings-system adgang til 50.000 forskellige titler, som kan leveres fra dag til dag.⁵⁵

Boghandlernes samlede styksalg har været nogenlunde jævnt siden 2001, jf. figur 4.5. Der har dog været et fald på ca. 21 pct. fra 2007 til 2009. Salget af skønlitteratur og faglitteratur er steget siden 2001, mens skole- og lærebøger er faldet.⁵⁶ Boghandlernes salg af skønlitteratur følger den positive tendens i antallet af udgivne titler, jf. figur 4.4. Det kan indikere, at boghandlerne har præsenteret de nye titler i butikken og derved øget deres salg af skønlitteratur. Det betyder ikke nødvendigvis, at det samlede udbud af skønlitteratur i butikken er steget. De nye titler kan have skubbet ældre titler ned af hylden. Det kan i stedet indikere en kortere levetid for skønlitterære bøger og dermed en større omsætningshastighed i titlerne.⁵⁷

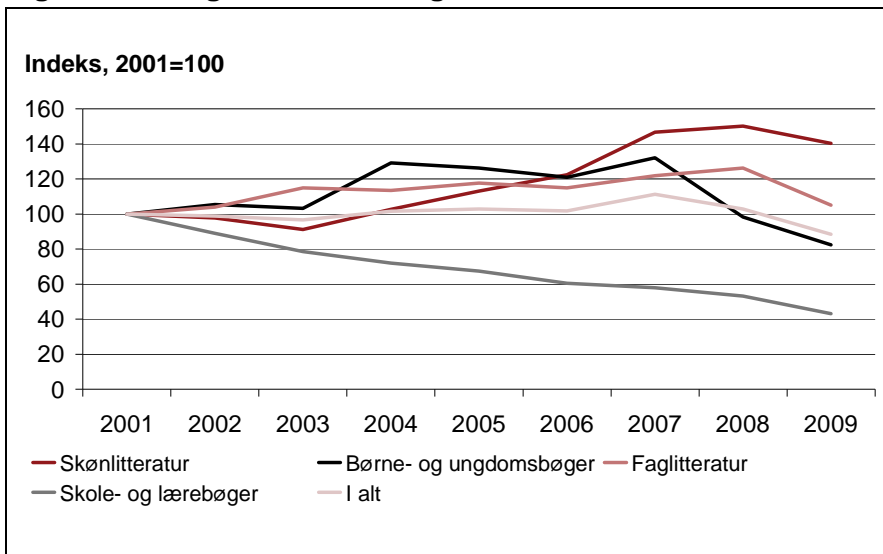
⁵⁴ Jf. Styrelsen for bibliotek og medier: *Rapport fra bogudvalget 2007-2008*, s. 6-7.

⁵⁵ Jf. Kulturministeriet: *Rapport om Det Danske Bogmarked 2006*, s. 25.

⁵⁶ *Skole- og lærebøger er i høj grad direkte salg fra forlag til skoleinstitutioner. Tidligere fungerede boghandleren i større udstrækning som mellemlid.*

⁵⁷ *Ifølge kilder i branchen er en bogs levetid blevet forkortet siden 2001. Hvor en bog tidligere havde en levetid på 4-5 år, har den i dag en levetid på 2-3 år. Det betyder bl.a., at paperbackudgaver m.v. udkommer hurtigere efter en titels udgivelsesdato.*

Figur 4.5: Boghandlernes salg



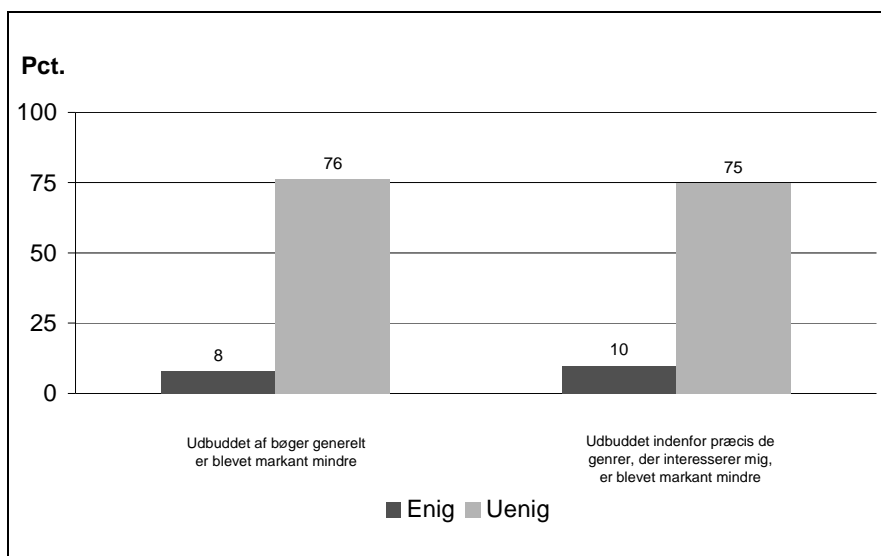
Kilde: Bogbarometeret.

I 2009 solgte ca. 2.200 supermarkeder bøger. Heraf førte 200 supermarkeder ca. 3.000 titler på et år, 1.100 supermarkeder havde mellem 500-1.100 titler, mens 900 supermarkeder havde færre end 200 titler. Supermarkedernes automatiske varelageroptimering betyder, at bøgerne har en omsætnings hastighed, som er større end boghandlernes.

På baggrund af udviklingen i antallet af udgivne titler og antallet af titler ført i butikkerne er der ingen indikation på, at butikkerne markedsfører en mindre variation i titlerne i dag end i 2001.

Forbrugerne har heller ikke en opfattelse af, at udbuddet af bøger generelt er blevet markant mindre. Således svarer 76 pct., at de er uenige eller helt uenige i, at udbuddet af bøger generelt er blevet markant mindre, jf. figur 4.6. Og inden for præcis de genrer, der interesserer dem, er 75 pct. uenige i, at udbuddet er blevet markant mindre.

Figur 4.6: Forbrugernes oplevelser af forandringer i udbudet de seneste 3-5 år



Kilde: Konkurrencestyrelsens undersøgelser.

Derimod viser Konkurrencestyrelsens forbrugerundersøgelse, at 14 pct. af de forbrugere, som køber *flere* bøger end for 3-5 år siden, angiver et større udbud inden for præcis de genrer, der interesserer dem, som en af forklaringerne på, at de køber flere bøger. Modsat angav 4 pct. af dem, der køber *færre* bøger end for 3-5 år siden, at de oplever et mindre udbud inden for præcis de genrer, der interesserer dem.

På baggrund af udviklingen inden for antallet af udgivne titler inden for skønlitteratur, butikkernes førte titler og synligheden for forbrugerne vurderes det, at udbudet af bøger er mindst ligeså godt som i 2001. Især supermarkederne har øget synligheden for forbrugerne. Dertil kommer, at internetboghandlerne tilbyder et varieret udbud, som tæller både nye og gamle titler og med et større udbud end boghandlerne.

Boks 4.4: Bøger i nye klæder – lydbøger og e-bøger

Bøger fås i dag som andet end trykte fysiske papirudgaver.

Lydbøger er bøger indlæst på et medie, typisk cd eller mp3, som kan aflyttes i stedet for at læses. Downloadmarkedet udgør endnu kun en brøkdel af lydbogssalget.

Lydbøgerne har været på det danske bogmarked i en årrække, men har først rigtigt fået gang i salget de seneste år. Flere i markedet vurderer, at lydbøgerne fortsat har et større salgspotentiale. Konkurrencestyrelsens undersøgelser viser, at 2 pct. af de adspurgte forbrugere købte en lydbog ved sidste bogkøb.

E-bogslæsere er et nyt medie i form af relativt slanke og små skærme, som kan vise elektroniske bøger (e-bøger) i høj kvalitet.

E-bøgerne har endnu ikke vundet stor udbredelse. Konkurrencestyrelsens undersøgelser viser, at ca. 0,5 pct. af de adspurgte forbrugere købte en e-bog ved sidste bogkøb. Det er usikkert, hvor hurtigt og hvordan e-bøgerne vil få betydning for bogmarkedet. Ikke desto mindre forventes e-bøgerne at få væsentlig indflydelse på bogmarkedet.

Kilde: Konkurrencestyrelsens undersøgelser.

4.5 PRISER

Prisen på bøger har stor betydning for forbrugernes efterspørgsel efter bøger. Konkurrencestyrelsens forbrugerundersøgelse viser, at 45 pct. af forbrugerne vurderer, at prisen på bøger generelt har stor eller særdeles stor betydning for deres bogkøb. Næsten halvdelen af forbrugerne udpeger således prisen som en betydende parameter i deres køb af bøger. I samme undersøgelse oplyser 31 pct. af forbrugerne, at de ved deres seneste bogkøb valgte en bestemt type salgskanal (boghandel, supermarked, internetboghandel, bogklub m.v.) på grund af prisen på bogen det pågældende sted.

Modsat vurderer 23 pct. af forbrugerne, at prisen har lille eller slet ingen betydning for deres bogkøb.

Udviklingen i bogpriser

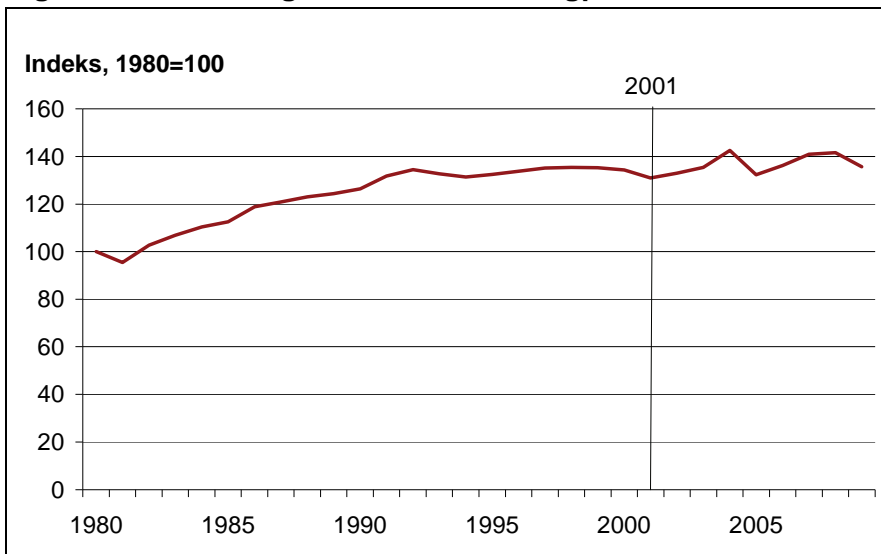
Bøger er forskellige. Bøger har forskelligt indhold, er af forskellig kvalitet og af forskellig størrelse. Selv en bog med samme indhold kan variere i forhold til indbinding, fx hardback, paperback, m.v. På samme vis har forbrugerne forskellig efterspørgsel efter bøger. Samlet betyder det, at det er behæftet med en betydelig usikkerhed at sammenligne priser på bøger inden for en genre og på tværs af gener, og dermed også udviklingen i de priser på bøger som forbrugerne stilles over for. Bl.a. har Kulturministeriet i flere rapporter om udviklingen på bogmarkedet påpeget, at der ikke eksisterer en komplet og valid prisstatistik og har derfor anbefalet, at en sådan prisstatistik skal laves.⁵⁸ Det besværliggøres endvidere ved, at bøger sælges på udsalg, til 2-for-1-pris, til rabat, m.v.

Danmarks Statistik udarbejder en statistik med bogpriser, som en del af deres forbrugerprisindeks.⁵⁹ Statistikken indikerer, at priserne på bøger efter liberaliseringen i 2001 har fulgt en tendens siden 1993-94 til, at bogpriserne stiger lige så meget som forbrugerpriserne eller endda mindre i nogle perioder, dvs. en faldende relativ bogpris. 1993-94 var et vendepunkt, hvor en uafbrudt stigning i den relative bogpris, blev brudt, jf. figur 4.7. Fra 1980 til 1993 steg den relative bogpris i gennemsnit 2,2 pct. om året, mens den fra 1993 til 2009 var stort set uændret.

⁵⁸ Jf. Styrelsen for bibliotek og medier: Rapport fra bogudvalget 2007-2008, s. 17.

⁵⁹ Det skal understreges, at Danmarks Statistiks forbrugerprisindeks om bogpriser kan indeholde en række usikkerheder. Hvis det dog antages, at de mulige fejlkilder er gennemgående for alle årene i statistikken, kan indekset bruges til at give en indikation på udviklingen i priser frem for bestemte niveauer.

Figur 4.7: Udviklingen i den relative bogpris



Note: Den relative bogpris er beregnet som bogprisen divideret med forbrugerprisen.

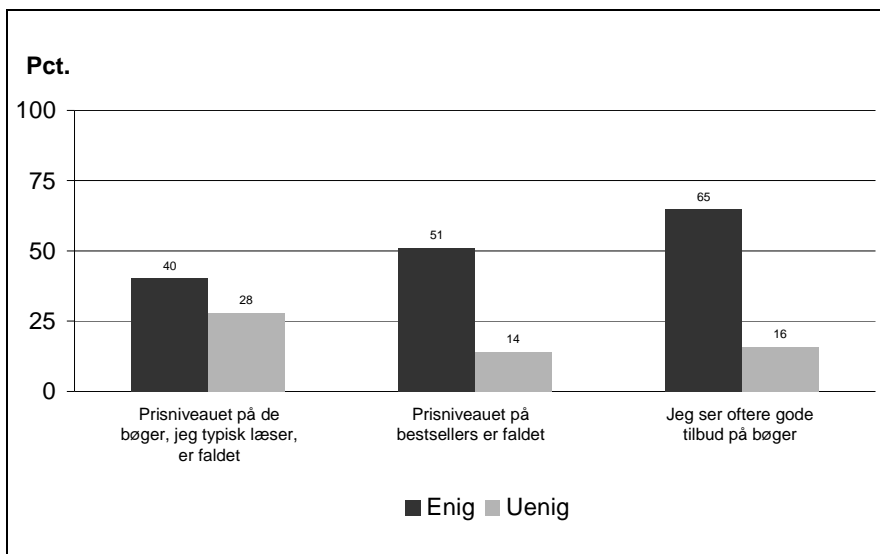
Anm.: DST udregner forbrugerprisindekset på baggrund af ca. 25.000 priser, der indsamles fra 1.800 butikker, virksomheder og institutioner over hele landet. Langt de fleste priser indsamles månedligt. DST indhenter prisoplysninger fra boghandlere, bogklubber, supermarkeder og internettet, og DST gør det fordelt på genrer og popularitet. Indsamlingen er vægtet efter omsætningen i de forskellige salgskanaler og genrer. I 2004 blev indsamlingsmetoden for priser på bøger ændret.

Kilde: Danmarks Statistiks PRIS1 og PRIS6.

Der er endvidere indikationer på, at priserne på bøger er steget mindre end sammenlignelige varer og ydelser fra 2001 til 2009. Fx var den gennemsnitlige årlige stigning i den relative pris på aviser og tidsskrifter 2,3 pct. fra 2001 til 2009, mens den for tjenesteydelser i forbindelse med kultur var 1,6 pct.

Et flertal af forbrugerne har den opfattelse, at prisen på bøger generelt er faldet. Ifølge Konkurrencestyrelsens undersøgelser er 40 pct. af forbrugerne enige i, at prisen på de bøger, de typisk læser, er faldet inden for de seneste 3-5 år, mens 28 pct. er uenige, jf. figur 4.8. Da respondenterne i undersøgelsen er udvalgt tilfældigt, bør respondenterne være repræsentative inden for alle genrer af bøger.

Figur 4.8: Forbrugernes oplevelser af forandringer i priser de seneste 3-5 år



Kilde: Konkurrencestyrelsens undersøgelser.

Konkurrencestyrelsen har også spurgt om forbrugernes opfattelse af prisniveauet på bestsellers de seneste 3-5 år. 51 pct. er enige i, at prisen på bestsellers er faldet, jf. figur 4.8. Særligt brugere af de nye salgskanaler som internetboghandel og supermarkeder oplever et fald i prisen. 14 pct. er uenige i, at prisniveauet på bestsellers er faldet.

Endelig er 65 pct. af forbrugerne enige eller helt enige i, at de oftere ser gode tilbud på bøger i dag end for 3-5 år siden, jf. figur 4.8. Det kan indikere, at de oftere ser en – efter deres opfattelse – god bog til en lavere pris end tidligere. Forbrugerne vurderer således at få mere value-for-money.

Indikationerne på et fald i den relative bogpris understøttes af alle aktører i branchen, som Konkurrencestyrelsen har interviewet. Det er en generel opfattelse, at priserne i markedet er faldet, og at det især er gældende for bestsellers. Det er opfattelsen hos flere, at særligt supermarkederne bruger bøgerne som ”lokkevarer” til at tiltrække kunder i butikken. Det er samtidig opfattelsen, at supermarkederenes lave prissætning har trukket det generelle prisniveau ned.

Flere i branchen har også oplyst, at den økonomiske levetid for en bog er blevet kortere. Fastprissystemet var med til at forlænge en bogs levetid, idet de faste priser var gældende for en periode, og der var regler for, hvor lang tid efter en titels udgivelsesdato, at de billigere paperbacks m.v. måtte udkomme. Indskrænkningen

af titler med fast pris har gjort det muligt hurtigere at udgive billigere udgaver efter titlens udgivelsesdato.

Faldet i den relative bogpris har fået forbrugerne til at købe flere bøger. 12 pct. af dem, som har købt flere bøger end for 3-5 år siden, mener, at én af forklaringerne er, at priserne på bøger er faldet. Modsat har kun 1 pct. af dem, der køber færre bøger end for 3-5 år siden, forklaret det med, at priserne er steget.

Opgørelse af den generelle prisudvikling på bøger er vanskelig, og det er ikke muligt at konkludere entydigt på prisudviklingen siden 2001. Supermarkedernes og internetboghandlernes indtræden på bogmarkedet synes dog at have betydet en stærkere konkurrence og lavere priser på specielt bestsellere relativt til andre varer og tjenester. Det kan tilskrives liberalisering. Bl.a. har ophævelsen af den gensidige eksklusivitet i 2001 muliggjort en bredere distribution af bøger. Supermarkeder og internetboghandlere har i dag opnået væsentlige markedsandele. Endvidere kan indskrænkningen i fastprissystemet have betydet, at den økonomiske levetid for en bog er blevet kortere.

4.6 KVALITET

Det er et kulturpolitisk hensyn at sikre forbrugerne adgang til titler af god kvalitet. Hensynet retter sig således mod kvaliteten af indholdet i bøgerne.

Det er åbenbart, at forbrugerne lægger vægt på kvalitet i indholdet af bøgerne. Ellers ville de ikke købe bøgerne. Men det er yderst vanskeligt at vurdere udviklingen i bøgernes indholdsmæssige kvalitet, og det vil heller ikke blive forsøgt med denne analyse.

Kvalitet kan imidlertid forstås bredere. Kvalitet kan vurderes i lyset af hele købsoplevelsen, dvs. såvel bogens indhold, bogens fysiske tilstand, rådgivningen i butikken, oplevelsen i butikken, ventetiden på bogen, udbuddet af bøger i butikken, adgangen til butikken m.v.

Kvalitet er subjektivt. Hvad én forbruger synes er godt, kan en anden synes er dårligt. Det gælder for alle parametre i købsoplevelsen. Fx vil én forbruger gerne have rådgivning i butikken om bøger, mens en anden ikke vil have, og hvis de begge vil have rådgivning, kan de have forskellig opfattelse af god rådgivning. At kvalitet er subjektivt umuliggør dog ikke en analyse af udviklingen. Bogstatistik kan bruges som skøn til at beskrive kvaliteten. Forbrugerstatistik kan bruges til at opridse, hvad den gennemsnitlige forbruger lægger vægt på af kvalitet, når de køber bøger.

60 pct. af forbrugerne angiver i Konkurrencestyrelsens undersøgelser, at den vejledning og rådgivning, der tilbydes ved bogkøbet, har lille eller slet ingen betydning for dem. Det er således en overvejende del af forbrugerne, som ikke tillægger rådgivningen i butikken nævneværdig betydning. Det understøtter forbrugernes faktiske købsadfærd. Konkurrencestyrelsens undersøgelser viser, at 78 pct. af forbrugerne ikke fik hjælp af personalet til at finde den pågældende bog ved deres sidste bogkøb. Dog lægger 18 pct. af forbrugerne vægt på rådgivningen i butikkerne. Disse forbrugere køber i overvejende grad bøger hos boghandlerne. Det er dog kun 12 pct. af dem, som handler i en boghandel, som vælger boghandlen pga. rådgivningen.

I debatten før og under liberaliseringsprocessen har det været boghandlernes frygt, at forbrugerne ville få rådgivningen hos boghandleren og købe bøgerne via en anden salgskanal, hvor der ikke leveres den samme rådgivning, og bogen derfor kan sælges billigere. Der er dog indikationer på, at problemet er minimalt. Ifølge Konkurrencestyrelsens undersøgelser indhentede 2,5 pct. af bogkøberne information om en bog i en boghandel og købte den efterfølgende et andet sted. Af dem købte to ud af fem bogen i en anden boghandel. Free-rider-problemet drejer sig således ifølge undersøgelsen om 1,5 pct. af bogkøberne. Til sammenligning søgte hver tiende af bogkøberne information om bogen andre steder, fx en prisportal eller en internetboghandler og endte med at købe den i en boghandel.

Et forhold forbrugerne særligt lægger vægt på er at få bogen med det samme. 58 pct. vurderer, at det har stor eller særdeles stor betydning for dem. Tre ud af fire vil forsøge at finde bogen et andet sted eller helt droppe at købe den, mens den resterende fjerdedel vil bestille den og afhente den dagen efter. Det er således vigtigt for mange forbrugere, at butikken har et lagerhold af en vis størrelse.

Derimod er det mindre vigtigt for forbrugerne, at de har en god oplevelse sammen med selve bogkøbet, eller at bogen er af god fysisk kvalitet.

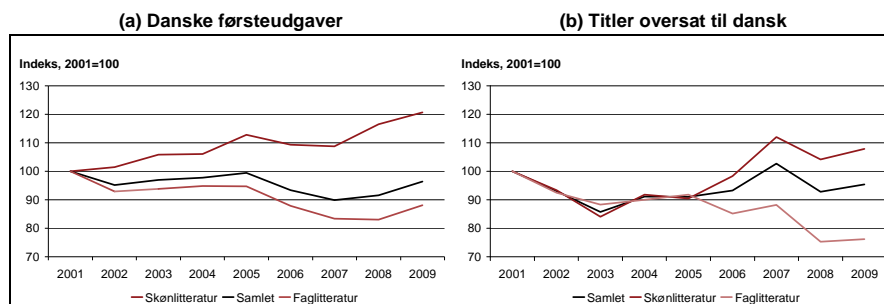
Udviklingen i kvalitet

Et mål for kvalitet kan være antallet af producerede titler. Jo flere titler der udgives, desto større er sandsynligheden for, at der blandt de udgivne titler er bøger, der af forbrugerne vurderes som værende af høj kvalitet.

I 2009 var antallet af danske skønlitterære førsteudgaver 21 pct. større end i 2001, jf. figur 4.9(a). Der har således været en betydelig vækst i antallet af nyudgivne bøger fra danske forfattere. Antallet af skønlitterære titler oversat til dansk steg ligeledes i perioden. Særligt fra 2005 til 2009 var stigningen betydelig med en vækst på 19 pct., jf. figur 4.9(b).

Antallet af faglitterære danske førsteudgaver og faglitterære titler oversat til dansk faldt i samme periode. Et tværfagligt udvalg om bogens kulturpolitiske situation vurderer internettets vækst som informationsmedium som en væsentlig årsag til faldet.⁶⁰

Figur 4.9: Danske og udenlandske titler



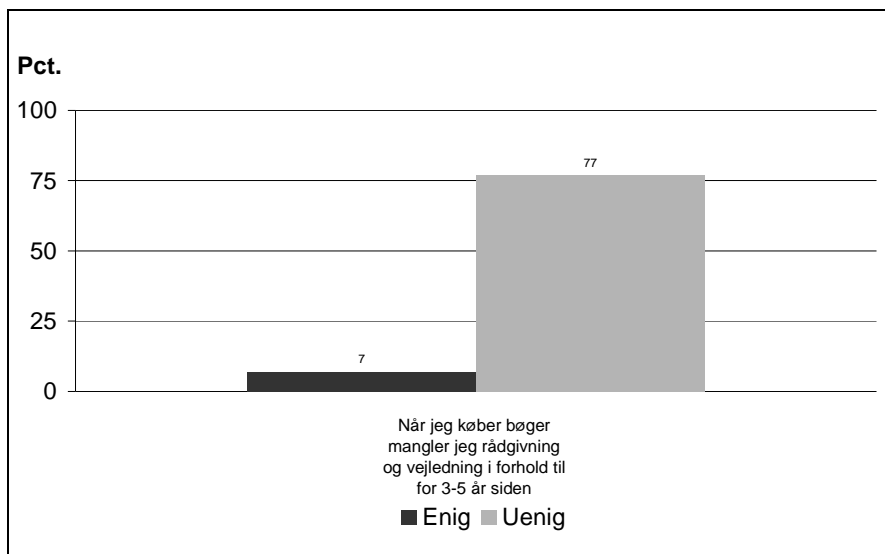
Kilde: DBC's rensede bogstatistik.

Forbrugerne opfatter ikke serviceniveauet i butikkerne, som faldet de seneste 3-5 år. 77 pct. er uenige eller helt uenige i, at servicen er faldet i dag i forhold til 3-5 år siden, jf. figur 4.10.

Om en forbruger kan få den ønskede bog med det samme afhænger af udbuddet i butikken. Det afhænger også af adgangen til salgskanalerne, hvor bogen sælges. Konkurrencestyrelsens undersøgelser indikerer, at udbuddet af bøger er blevet forbedret de seneste 3-5 år, jf. afsnit om udbud ovenfor.

⁶⁰ Jf. Styrelsen for bibliotek og medier: Rapport fra bogudvalget 2007-2008, s. 6-7.

Figur 4.10: Forbrugernes oplevelser af forandringer i kvaliteten de seneste 3-5 år

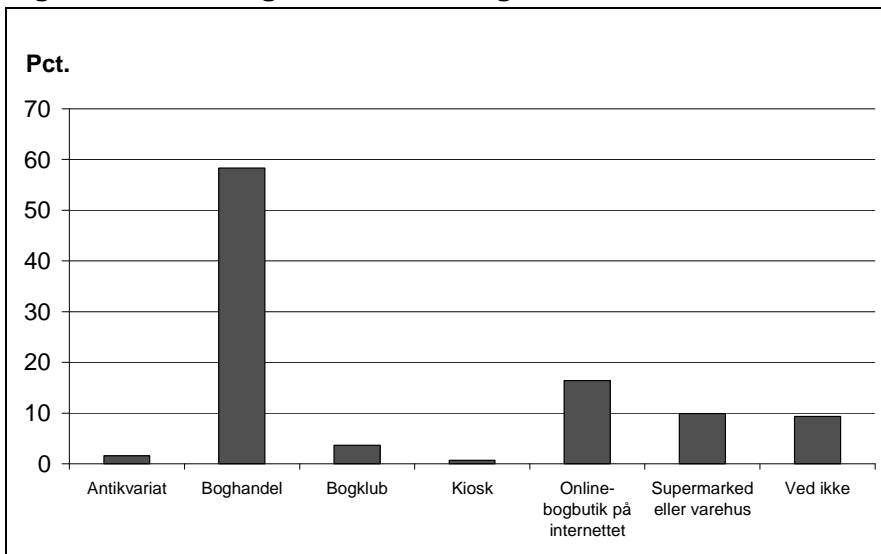


Kilde: Konkurrencestyrelsens undersøgelser.

Samtidig viser Konkurrencestyrelsens undersøgelser, at tilgangen af flere og nye typer af salgskanaler har forbedret adgangen til bøger. Forbrugerne har forskellige præferencer for, hvad der er vigtigt, når de køber bøger. Liberaliseringen har muliggjort flere salgskanaler med forskellige karakteristika, som hver især appellerer til bestemte forbrugere og er tilpasset forbrugernes ønsker. Boghandlen er i dag stadig langt de fleste forbrugeres favoritsalgskanal, jf. figur 4.11. Således vurderer næsten 60 pct., at boghandlen er deres favoritsalgskanal, som bedst opfylder de ønsker, de lægger vægt på.

De forbrugere, der har boghandlen som favoritsalgskanal, lægger forholdsvis stor vægt på kvaliteten ved bogkøbet; vejledningen og rådgivning, oplevelsen i butikken og at få bogen med det samme.

Figur 4.11: Forbrugernes favoritsalgskanal



Ann.: Spørgsmål 6: "I forhold til det du generelt lægger vægt på, hvilket sted er så bedst for dig, når du køber bøger?" Spørgsmålet er stillet efter en række indledende spørgsmål om, hvad respondenterne generelt lægger vægt på, når de køber bøger, fx rådgivning, pris, udbud af bøger m.v.

Kilde: Konkurrencestyrelsens undersøgelser.

De forbrugere, der har supermarkedet som favoritkanal, tillægger prisen forholdsvis stor betydning, og at indkøbsstedet ligger tæt på bopæl, arbejdssted, eller der hvor de ellers køber ind. De lægger mindre vægt på vejledning og rådgivning. De forbrugere, der har online-bogbutikker som favoritsalgskanal, tillægger prisen og det at få bogen leveret til døren, forholdsvis stor betydning.

De nye typer af salgskanaler betyder, at forbrugerne i højere grad kan vælge at købe bøger de steder, som matcher deres ønsker bedst. Samtidig viser Konkurrencestyrelsens undersøgelser, at den enkelte forbrugers valg af favoritsalgskanal også harmonerer med det, forbrugerne lægger vægt på.

Samlet er det Konkurrencestyrelsens vurdering, at der er tegn på en øget kvalitet i købsoplevelsen siden 2001. Der udgives flere bøger, udbuddet er steget, og adgangen til at købe bøger er forbedret.

4.7 VIRKNING PÅ FORBRUGERNE

Gennemgangen ovenfor viser, at de kulturpolitiske hensyn målt som adgang til bøger, variation i titeludbuddet, pris og kvalitet i købsoplevelsen i mindst ligeså høj grad – og måske endda i endnu højere grad – er blevet tilgodeset i det liberaliserede marked, end tilfældet var før liberaliseringen. Det har haft en virkning på forbrugerne. Flere forbrugere køber bøger, og flere forbrugere køber flere bøger.

Ifølge Konkurrencestyrelsens undersøgelser har 88 pct. af forbrugerne købt en bog inden for det seneste år. Det er væsentligt flere end hidtidige undersøgelser, som har vist en andel på omkring 60-70 pct.⁶¹

Der er kommet flere nye bogkøbere til i forhold til for 3-5 år siden. Ifølge Konkurrencestyrelsens undersøgelser udgør tilgangen af helt nye bogkøbere, som aldrig købte bøger for 3-5 år siden, ca. 6 pct. af befolkningen. Modsat er 2 pct. holdt helt op med at købe bøger. Samlet er der således i netto kommet 4 pct. nye bogkøbere til, jf. boks 4.5.⁶²

⁶¹ *Catinet-IFKA laver en rapport om danskernes bogkøb for Boghandlerforeningen (tidligere i samarbejde med Forlæggerforeningen) som led i deres kvartalsvise Monitoranalyse. Respondenterne stilles indgangsspørgsmålet "Har du købt én eller flere bøger inden for de seneste tre eller 12 måneder?". Hvis respondenterne har svaret købt en bog inden for de seneste 12 måneder stilles tre spørgsmål. Derefter stilles fire spørgsmål til alle respondenterne, uanset om de har købt en bog eller ej. Konkurrencestyrelsens kvalitative forundersøgelse af spørgsmålene viste, at respondenterne glemte adskillige bogkøb, når de alene blev spurgt om hvor mange bøger de havde købt det seneste år. Derimod huskede de langt flere bogkøb, når de blev spurgt om hvor mange bøger de havde købt i hver enkelt salgskanal (boghandel, supermarked m.v.) – og efterfølgende modtog kontrolspørgsmålet "Det vil sige at du i de sidste 12 måneder i alt har købt?: antal".*

⁶² *Ifølge Catinet-IFKA's konjunkturanalyse har andelen af bogkøbere været høj i perioden 2005-2008 i forhold til 2001. Ifølge undersøgelsen har der dog været en tendens til, at andelen af bogkøbere har været faldende fra 2006 til 2009. I konjunkturanalysen bliver respondenterne spurgt, om de har købt en bog inden for de sidste tre måneder. I konjunkturanalysen svarer respondenterne på flere hundrede spørgsmål inden for en palet af varer og tjenester, hvoraf to af dem handler om bøger. Dette kan være en forklaring på forskellen i resultaterne.*

Boks 4.5: Den nye bogkøber

Konkurrencestyrelsens undersøgelser indikerer, at 7 pct. af bogkøberne i dag er nye bogkøbere i forhold til for 3-5 år siden. Det svarer til 6 pct. af befolkningen. Modsat har der været afgang på 2 pct. af befolkningen. Det giver en nettotilgang af nye bogkøbere på 4 pct. af befolkningen.

De nye bogkøbere er kendetegnet ved at ligge i en lavere indkomstgruppe og have en kortere uddannelse. Således har 51 pct. af de nye bogkøbere ingen erhvervsuddannelse eller videregående uddannelse, mens det er tilfældet for 17 pct. af befolkningen. Dertil kommer, at ud af dem, som har oplyst deres husstandsindkomst, så har 43 pct. en indkomst mindre end 300.000 kr. og 74 pct. en indkomst mindre end 500.000 kr.

Til sammenligning har godt halvdelen af befolkningen en husstandsindkomst mindre end 500.000 kr.

De nye bogkøbere fordeler sig jævnt i forhold til befolkningen, hvad angår alder og geografi.

De nye bogkøbere har oplyst, som årsag til at de køber bøger, at de har mere tid til at læse bøger (33 pct.), priserne er faldet (15 pct.), og nu skal de ikke nødvendigvis opsøge en boghandler for at købe bøger (11 pct.).

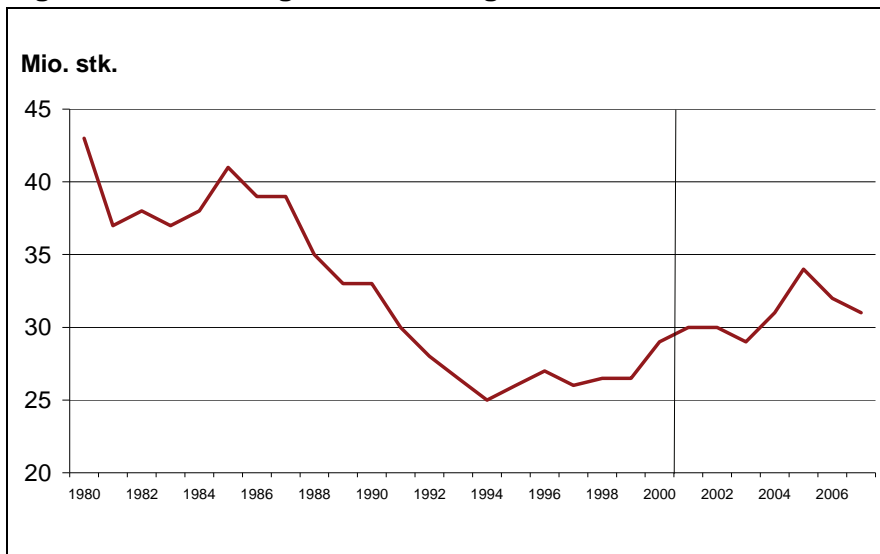
Kilde: Konkurrencestyrelsens undersøgelser.

Forbrugerne køber også flere bøger i dag end for 3-5 år siden. Næsten 34 pct. af de adspurgte i Konkurrencestyrelsens undersøgelser køber flere eller mange flere bøger end for 3-5 år siden. 22 pct. køber færre eller mange færre. Forbrugerundersøgelsens resultater understøttes tillige af en undersøgelse som TNS Gallup har foretaget for Berlingske Tidende. Den viser, at 26 pct. har købt flere bøger i 2009 i forhold til 2008, og at 29 pct. læser flere bøger end for 5 år siden.⁶³

Det samlede styksalg af bøger viser også en stigende tendens fra 2001 til 2007, jf. figur 4.12. Tendensen følger en udvikling, som allerede begyndte omkring 1994. Ifølge kilder i branchen var 1994 vendepunktet efter et vigende salg af bøger siden 1980. En stor del af det vigende salg skyldes et fald i salget af kiosklitteratur. Kiosklitteratur var i 1960-70'erne populær læsning for en række forbrugere. Salget af kiosklitteratur blev dog kraftigt reduceret i løbet af 1980'erne og er i dag næsten forsvundet som genre. Tendensen understøttes af Bogbarometeret, som viser en tendens til stigende salg frem til 2007. Ifølge Bogbarometeret er salget fra 2007 til 2009 faldet væsentligt.

⁶³ Jf. Berlingske Tidende, Magasin Lørdag 4. sektion 20. marts 2010, s. 6-9.

Figur 4.12: Totalsalg af danske bøger fra 1980 til 2007



Kilde: Forlagsstatistikken.

Ifølge kilder i bogbranchen var 2005 et exceptionelt godt salgssår, fordi der bl.a. blev udgivet flere bestsellere end normalt. Faldet i styksalg efter 2005 kan således skyldes en normalisering af salget.

Konkurrencestyrelsens undersøgelser viser en positiv sammenhæng mellem husstandsindkomst og køb af bøger. 82 pct. af forbrugerne med en husstandsindkomst under 300.000 kr. købte mindst én bog de sidste 12 måneder, mens det gælder for 88 pct. og 89 pct. for indkomstgrupperne 300.000 kr. til 499.999 kr. og over 500.000 kr. Resultatet understøttes af Catinét-IFKA's konjunkturdata, som viser samme tendens til, at den laveste indkomstgruppe køber væsentligt færre bøger end de andre indkomstgrupper.⁶⁴

Konkurrencestyrelsens undersøgelser viser, at der er kommet nye bogkøbere til. De nye bogkøbere er kendetegnet ved at ligge i en lavere indkomstgruppe og have en kortere uddannelse, jf. boks 4.4. Der er således tegn på, at indkomst- og uddannelsesafhængigheden er faldet, så befolkningen med en lavere husstandsindkomst eller uddannelsesniveau, som tidligere har været kendetegnet ved ikke at købe så mange bøger, er begyndt at nærme sig de andre befolkningsgrupper. De

⁶⁴ Det skal bemærkes, at Catinét-IFKA's analyse er lavet på baggrund af et spørgsmål om et bogkøb inden for de sidste tre måneder. Mens lidt over 20 pct. af gruppen med en husstandsindkomst under 299.999 kr. køber bøger, så er det 38 pct. for gruppen med en indkomst 300.000-499.999 kr. og 45 pct. for gruppen med en indkomst over 500.000 kr.

nye bogkøbere har oplyst, jf. boks 4.5, som årsag til at de køber bøger, at de har mere tid til at læse bøger, priserne er faldet, og nu skal de ikke nødvendigvis op-søge en boghandler for at købe bøger.

Ifølge Konkurrencestyrelsens forbrugerundersøgelser mener 10 pct. af de forbrugere, som køber *flere* bøger end for 3-5 år siden, at én af forklaringerne er, at de nu ikke nødvendigvis skal opsøge en boghandler for at købe bøger, mens 6 pct. er enige i, at én af forklaringerne er, at det er nemmere at finde bøger, der hvor de normalt køber ind. Modsat har 5 pct. af dem, der køber *færre* bøger end for 3-5 år siden angivet, at det er sværere ved at finde frem til bøger dér, hvor de normalt handler, mens 1 pct. mener, at én af forklaringerne er, at deres foretrukne boghandler er lukket.

Alt i alt er der således tegn på, at liberaliseringen har fået flere forbrugere til at købe bøger og flere forbrugere til at købe flere bøger. De nye forbrugere er overrepræsenteret med en husstandsindkomst under 300.000 kr. og en kort uddannelse. Der er således tegn på, at bogen er blevet spredt, så befolkningsgrupper, som ikke tidligere købte bøger, er begyndt at købe bøger.

4.8 ET NYT BOGMARKED

Bogmarkedet har gennemgået store forandringer siden 2001. Især er der udviklet nogle nye salgskanaler, der hver især appellerer til forskellige forbrugere.

Udviklingen kan bl.a. tilskrives liberaliseringen i 2001 og den teknologiske udvikling på markedet.

Da den gensidige eksklusivitet mellem boghandlere og forlag blev ophævet i 2001 gav det mulighed for, at andre typer af virksomheder kunne etablere sig på markedet. Ifølge flere i branchen har særligt supermarkederne været med til at lægge et nedadgående pres på prisen, fordi supermarkederne har lavere omkostninger ved at sælge bøger.⁶⁵ Det nedadgående prispres forstærkes af internetbutikkerne.⁶⁶ Det har fået boghandlerne til at presse forlagene for lavere priser, som igen har presset bogtrykkerne for lavere priser. Liberaliseringen har sammen med den generelle teknologiske udvikling med billigere produktionsomkostninger

⁶⁵ Et britisk studie af produktivitetsudviklingen på bogmarkedet viser, at supermarkederne kan have en produktivitet, der er op til tre gange højere end boghandlerne, OFT981, s. 63-64.

⁶⁶ Et britisk studie af produktivitetsudviklingen på bogmarkedet viser, at internetboghandlen Amazon i 2005 havde en produktivitet fire gange højere end boghandlerkæden Waterstones og seks gange højere end boghandlerkæden Ottakar's, OFT981, s. 64-66.

skabt en mere effektiv produktion.⁶⁷ Det kan være årsagen til, at de kulturpolitiske hensyn er bedre opfyldt i dag i forhold til 2001.

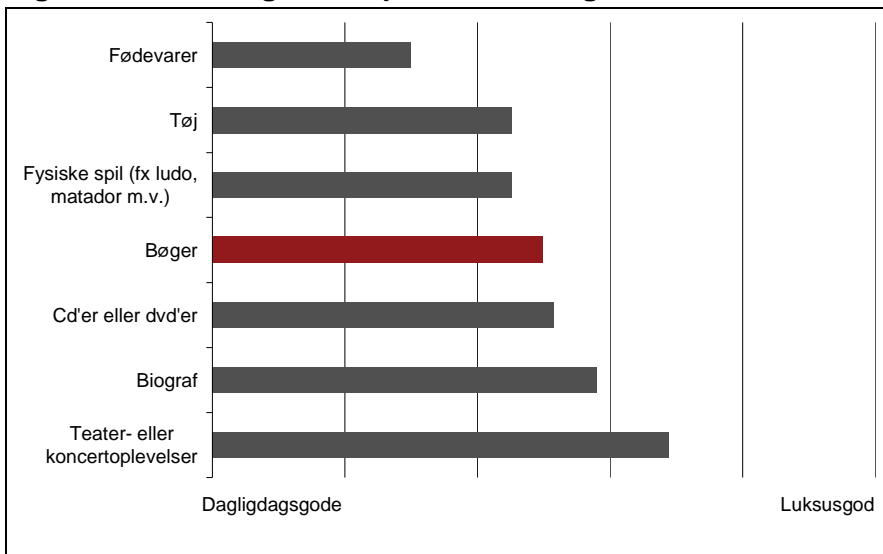
Bogmarkedet har vist sig at fungere som et normalt marked.⁶⁸ Der er tegn på, at det åbne og liberaliserede bogmarked er mere effektivt end det gennemregulerede marked, hvor de økonomiske mekanismer sættes ud af spil. Samtidig formår markedet at tilpasse sig efter forbrugernes efterspørgsel. Det var også baggrunden for at gennemføre liberaliseringen.

At markedet har udviklet sig, som det har gjort, understøttes af forbrugernes holdning til bogen som en vare og af deres købsadfærd. Bogen har historisk været behandlet som et særligt kulturelt gode. Forbrugerne er af den holdning, at den er et almindeligt gode på linie med tøj, cd'er og dvd-film og anden underholdning, jf. figur 4.13. Det viser sig også ved, at bogen ofte er en impulsvarer. Ifølge Konkurrencestyrelsens undersøgelser var det sidste bogkøb for 37 pct. af forbrugerne impulsivt. I supermarkederne var 75 pct. af bogkøbene impulsive.

⁶⁷ Et studie af produktivitetsudviklingen på det britiske bogmarked viser, at forlagenes produktivitet steg væsentligt i perioden efter liberaliseringen af bogmarkedet i midten af 1990'erne, jf. OFT981, s. 71-75.

⁶⁸ Bogmarkedet består af en traditionel værdikæde med produktion (forfattere), grossist (forlag), distribution (transportører), detail (boghandlere, supermarkeder, kiosker, internet m.v.) og forbrugere. Samtidig kan bogen opfattes som et almindeligt privat gode.

Figur 4.13: Forbrugernes opfattelse af bogen som vare



Ann.: Spørgsmål 7: "Jeg vil nu bede dig om at placere en række forskellige varegrupper på en skala fra 1 til 10, hvor 1 er varer, du opfatter som dagligdagsgoder, og 10 er varer, du opfatter som luksusgoder. Skalaen der i mellem kan du benytte afhængig af din opfattelse af varegruppens placering."

Kilde: Konkurrencestyrelsens undersøgelser.

Konkurrencestyrelsens undersøgelser viser også, at forbrugerne er forskellige. De har forskellige opfattelser af bogen som vare. De har forskellige ønsker for adgangen til bøger, udbuddet af bøger i butikken, prisen og kvaliteten. Tilgangen af nye virksomheder på markedet har været med til at sikre, at flere er begyndt at købe bøger, og flere køber flere bøger. De forskellige typer af salgskanaler appellerer til forskellige forbrugertyper. Fx lægger forbrugere med boghandleren som favoritsalgskanal mest vægt på kvaliteten ved bogkøbet (vejledningen, få bogen med det samme). Forbrugere, der har supermarkeder som favoritsalgskanal, lægger størst vægt på prisen og adgangen til bogen, og mindst vægt på rådgivning og vejledning.

Liberaliseringen af bogmarkedet vurderes derfor at have været en gevinst for forbrugerne, idet de har fået lettere adgang til bøger, præsenteres for et større udbud af bøger, der er indikationer på et fald i den relative bogpris, og der er indikationer på en øget kvalitet i købsoplevelsen.

Konkurrenceredegørelse 2010

Gode vilkår for konkurrencen er vigtigt for at skabe vækst i samfundet. Virksomhederne udvikler bedre og billigere produkter, og forbrugerne oplever lavere priser og større udbud. Det øger velstanden.

Konkurrenceredegørelse 2010 forsøger at give et overblik over konkurrencesituationen i Danmark. Der ses særskilt på konkurrencen i den offentlige sektor og på liberaliseringen af bogmarkedet.

Konkurrencestyrelsen

Nyropsgade 30

1780 København V

Tlf.: 72 26 80 00

Fax: 33 32 61 44

e-mail: ks@ks.dk

www.ks.dk

Økonomi- og

Erhvervsministeriet