

Att starta bokförlag, 2011

april 2011/EF

Läs detta först!

En vanlig fråga till styrelsen i NOFF, Nordiska oberoende förlags förening, är förenklat uttryckt: "Hur bär jag mig åt för att starta förlag?" Följande text ger en allmän överblick. Förhoppningsvis ska varje stycke inte behöva läsas mer än en gång för att vara begripligt.

Kurser i förlagskunskap erbjuds på universiteten i Lund och Stockholm. Både NOFF och Svenska Förläggareföreningen (Förlagsklubben) ger kortkurser i t.ex. förlagsjuridik och förlagsekonomi. Bokproduktion och bokformgivning finns hos flera utbildningsanordnare.

En god idé är att ansöka om medlemskap i NOFF. Inträdeskravet är att ha publicerat ett verk – tryckt eller på annat medium – med ISBN. NOFF anordnar seminarier, kurser och träffar där du får möjlighet att öka dina kunskaper och där du också träffar kollegor med möjlighet att bygga ditt eget nätverk i denna spännande bransch.

1. Bolagsform

Ett bokförlag är en affärsverksamhet, och en sådan ska ges en juridisk och ekonomisk form. Valet står för de flesta mellan

- a) enskild firma (den enklaste bolagsformen, i vilken du själv är fullt ekonomiskt ansvarig för verksamheten – med andra ord: kan förlagets räkningar inte betalas kommer indrivningsfirman och tar din TV)
- b) handelsbolag (i princip en enskild firma med fler än en ägare)
- c) aktiebolag (obegränsat antal ägare, som inte har något ekonomiskt ansvar – äger du själv en mycket stor del av aktierna och gör en allvarlig konkurs kan du dock ådömas ansvar)

En firma ska oavsett form inregistreras hos skattemyndigheten, som liksom en advokat kan ge ytterligare upplysningar. Samtliga bolagsformer som nämnts ovan ger möjlighet att få firman momsregistrerad.

2. Staten och kapitalet

Som bokförläggare kommer du att avlöna arbete, andras eller ditt eget, och köpa tjänster som översättning, fackgranskning eller korrekturläsning. På summor som utbetalas i lön eller ersättning ska du som arbetsgivare erlägga skatt och arbetsgivaravgifter. Alltför många småföretag har tvingats lägga ner för att deras bokföreläring inte tålt en granskning från skattemyndigheten. De vanligaste bristerna ligger i redovisningen av moms på köp av råvaror (papper, tryck) och försäljning av den färdiga produkten (böcker), så kallad in- och utgående moms, och i redovisningen av skatter och arbetsgivaravgifter. Se helt enkelt till att ha din bokföreläring i ordning från första början.

Tidigare fanns ramavtal mellan bokbranschens parter genom Svenska Förläggareföreningen, SvF, och Sveriges Författarförbund, SFF (som organiserar både författare och översättare). Standardavtalen för författare övergavs dock vid mitten av 1990-talet, bland annat på grund av den nya situationen med elektronisk publicering. Numera förekommer olika varianter, bland annat separata avtal upprättade mellan Författarförbundet och enskilda förlag. För översättningsuppdrag finns ett nytt standardavtal sedan 2004. Läs mer på www.forlaggare.se/forlagsjuridik/branschavtal och på www.forfattarforbundet.se. Blanketter och formulär som på Förläggareföreningens hemsida endast är tillgängliga för deras medlemmar kan i vissa fall vara allmänt åtkomliga på Författarförbundets hemsida.

3. *Förlagslokal*

Bokförläggarverksamhet sådan den bedrivs idag ställer inga stora krav på utrymme. I princip är allt du behöver ett rum med ett skrivbord. Arbetar du från egen lägenhet, se till att upprätta ett avtal mellan dig själv och företaget om hyra av lokalen. I övrigt gäller en enkel tumregel: skaffa dig inte alltför stora fasta kostnader (exempelvis just lokalhyra) från början.

4. *Utrustning*

Bokförlaget i dess klassiska form hanterade alla led i produktionen och ägde sina egna tryckpressar, hade sitt eget binderi och sin egen förpacknings- och distributionsavdelning. I dag är det vanliga att man köper alla dessa tjänster. Den viktigaste utrustningen är utan tvekan datorn (se punkt 5). Bredband och att förlaget har en e-postadress är viktigt för att få en väl fungerande verksamhet.

5. *Människans bästa vän*

Det är ingen överdrift att säga att datorn är den viktigaste faktorn bakom framväxten av dagens många mindre förlag. Den ger dig möjlighet att själv sköta sättning och formgivning av texter (för detta behöver du ett ordbehandlingsprogram och ett formgivningsprogram); liksom all fakturering och bokföring (på marknaden finns ett stort antal program som hanterar detta), och därigenom hålla de fasta kostnaderna nere. Välj dock alltid noga vad du själv ska och vill göra, och vilka tjänster du vill köpa av någon annan. En illa formgiven bok blir möjligen billigare för dig om du själv satt ihop den på en kafferast, men den lär få svårt att dra annat än negativ uppmärksamhet till sig i bokhandeln. Dataprogrammen kan få det traditionsrika konsthantverket typografi att framstå som enklare än vad det är ...

6. *Doften av trycksvärta*

Den första tjänst ett förlag idag köper är ofta tryckningen av boken. Fortfarande tillverkas de allra flesta böcker på konventionellt sätt med tryckpressar, men andra tekniker som datorstyrd print on demand finns också, som lämpar sig för mycket små upplagor. På senare år har ljudböcker ökat liksom att E-boken eller digitala böcker också börjar synas allt mer. (E-böcker, eller digitala böcker, är vanliga böcker som överförs till elektroniskt format så att du kan läsa dem direkt på din dator eller handdator.)

Kostnaden för tryckningen är vanligtvis den största posten i bokens budget. Tänk på att priset kan variera mycket från tryckeri till tryckeri, och att det inte nödvändigtvis är avhängigt kvaliteten på arbetet. Undersök läget noga genom att ta in offerter från ett antal tryckerier (givetvis måste du förse dem med ett detaljerat underlag för beräkning av kostnaderna). Du kan utöver offerten begära arbetsprover.

Oftast lönar det sig att uppsöka faktorn (produktionsledaren och den som står för kundkontakt och offerter) på tryckeriet och diskutera hur din bok kan och bör göras, med avseende på papperskvalitet, bildhantering, bindning etc. Gör detta i god tid, att ändra saker i sista minuten blir för det mesta dyrt.

När du bestämmer storleken på upplagan, väg då lagerhållningskostnaderna mot kostnader för ett eventuellt framtida omtryck (tänk också på minimiupplagekvoten för ansökan om litteraturstöd, se punkt 9).

7. *ISBN och BTJ*

ISBN-numret är en boks id-nummer som erhålls kostnadsfritt – enstaka eller i serie – från Kungl. bibliotekets ISBN-avdelning (se adress under punkt 14). Från och med 2007 har ISBN-numren 13 siffror i stället för som tidigare 10.

Tänk på att EAN-kod/streckkod tryckt på omslaget idag nästan är en nödvändighet om bokhandeln ska vara intresserad av att ta in boken. Tryckerier kan vara behjälpliga med detta eller de särskilda företag som genererar och säljer streckkoder; mer information även om detta finns hos Kungl. biblioteket.

En ny bok anmäler man själv till Bibliotekstjänst i Lund, BTJ Sverige AB. För blanketter och instruktioner se deras hemsida

www.btj.se / Kontakt / Bokanmälan

8. Kom och köp!

Det är en vanlig erfarenhet bland förläggare, som utan föregående erfarenhet av branschen startat egna förlag, att de egentliga svårigheterna inträffar först när man trodde de var övervunna, det vill säga när man står där med sin första egenhändigt utgivna bok och strålar av stolthet. Just det: när man gett bort exemplar till nära och kära börjar det redan bli dags att betala tryckräkningen. Boken måste säljas, och hur får man kunder att, via bokhandeln eller annan kanal, lägga märke till just den här titeln i mängden?

Naturligtvis måste var och en vad gäller *marknadsföring* finna sin egen stil och sina egna metoder, men generellt kan sägas att man ska försöka sälja in boken i bokhandeln i förväg, och inte förlita sig på att goda recensioner får telefonen att börja ringa, och att man bör undersöka vilka möjligheter tidningar och tidskrifter inom samma område ger att *annonsera* för boken. Höst- och vårannonsering i branschtidningar som Svensk Bokhandel och h:ströms katalog som läses av bland andra tidningarnas kultursidor samt deltagande i bokmässor är några förslag till att informera om den egna utgivningen.

Bland *bokmässor* i Sverige och Finland kan nämnas Bok & Bibliotek i Göteborg i september varje år liksom Helsingforsbokmässan i oktober och Bokmässan Örebro Slott i november. Därtill förekommer diverse bokbord som Textmässan (Vertigo) i Stockholm och Textival i Göteborg under mars, liksom utomhusbokbord i augusti i både Stockholm och Göteborg. Samtliga anslås i kalendariet på NOFFs hemsida.

Ett viktigt val är huruvida man enbart ska använda bokhandeln – den traditionella och de som finns på Internet – som kanal att nå kunder. De flesta mindre förläggare, vare sig de arbetar inom stora områden som skönlitteratur eller är starkt specialiserade på exempelvis handledningar i växtfärgning, har fått konstatera att bokhandelsförsäljningen inte ger tillräckligt mycket för att bära verksamheten, och att den måste kompletteras av *direktförsäljning* från förlaget, alltså i princip per postorder eller via egen hemsida.

Prissättningen är ett svårt moment. Dina kostnader för boken måste täckas samtidigt som ett lågt bokhandelspris gör boken mer attraktiv. Bokhandeln köper från dig till det s.k. förlagsnettopriset, F-priset, plus moms, och sätter sedan sina egna utpriser.

Vad gäller *distribution* till bokhandeln är valmöjligheterna begränsade, antingen distribuerar man själv eller anlitar någon. Förlagssystem är marknadens största. Det finns även ett antal mindre, bl.a. Oberoende bokdistribution, som drivs av Bokförlaget h:ström – Text & Kultur. Se vidare under punkt 11 eller googla ”bokdistribution”.

Insäljning i bokhandeln finns ett mindre antal firmor som åtar sig, men även här kan det vara ett gott alternativ att själv besöka bokhandeln med information och orderblock. Försäljningen till bokhandeln sker alltmer till branschens stora kedjor (främst Bokia, Akademibokhandelsgruppen och JB-gruppen AB), vilket avsevärt försvårat främst de små förlagens chanser att synas i bokhandeln. Även livsmedelskedjorna har ökat sin del av bokförsäljningen på senare år. För de små förlagen kan de olika internetbokhandlarna vara en viktig väg att nå kunden, t.ex. AdLibris, Bokus, Svenska Internetbokhandeln. Kontakta dem för att få veta vad som krävs för att de ska ta in dina titlar.

Allt viktigare marknadsföringsredskap har förlagens egna hemsidor och bloggar blivit. Via hemsidan är det lätt för kunder, journalister och andra att få kontakt med förlaget. Alla får kontakt under dygnets samtliga timmar och du själv kommunicerar med kunderna lika lätt via din e-post.

Försäljningen till biblioteken har minskat kraftigt inom de flesta områden sedan 90-talet. Det är dock fortfarande via Bibliotekstjänst (BTJ) i Lund som flertalet bibliotek gör sina beställningar. Kontakta Bibliotekstjänst (se adress under punkt 14) för att få veta vad som krävs, avtal m.m. – innan du skickar in recensionsexemplar.

9. Stödmöjligheter

Statens kulturråd delar varje år ut litteraturstöd och stöd till planerad utgivning. För att få aktuell information hänvisar vi till Kulturrådets hemsida:

<http://www.kulturradet.se/sv/bidrag/litteratur/Litteraturstod/>

<http://www.kulturradet.se/sv/bidrag/litteratur/Stod-till-planerad-utgivning/>

Många andra möjligheter finns att få stöd för översättnings- och produktionskostnader från fonder och stiftelser, bl a med nationell eller regional anknytning eller vetenskaplig

inriktning, från vissa länders kulturministerier samt EU. Sponsring från företag är inte vanlig, men förekommer.

10. Bokdatabaser

I Sverige finns fr.o.m. 2007 endast en heltäckande bokdatabas som vänder sig till både förlag och bokhandel, nämligen Bokrondellen.

De flesta bokhandlare och framför allt kedjorna har som krav att en bok ska finnas med på Bokrondellen för att de ska ta in den i sortimentet.

Bland några mindre bokdatabaser kan nämnas Oberoende bokinformation, obi.se.

11. Distributörer i Sverige

Big Box AB; Åkersberga – order@bigbox.se

www.bigbox.se Tomas Karlsson

Distributionscenter i Hallstavik AB; 763 82 Hallstavik – dc@dc-hallstavik.se

www.dc-hallstavik.se Christina Hurtig, vd

Förlagssystem AB; Box 30195, 104 24 Stockholm – order@fsys.se

www.forlagssystem.se Per-Olof Hamrin, vd,

Claes-Håkan Johansson, distributionsavtal, 023-340 25

h:ström; Umeå – patrik@hstrom.nu

www.hstrom.nu

www.obi.se (Oberoende bokinformation)

Postpac AB; Trelleborg – 0411-55 76 00

www.postpac.sk-2.se

Rapid Distribution AB; Helsingborg – info@rapid.se

www.rapid.se (utskick och direktreklam)

StjärnDistribution AB; Hofors – info@sdist.se

www.sdist.se Peter Boqvist och Ulf Lidgren 0290-76 76 76

Sörlins Bokdistribution; Åby – info@sorlinsforlag.se

www.sorlinsforlag.se Ingemar Svensson 011-641 70

Distributörer, främst inom de egna företagen:

Akademibokhandeln Imports

Akademibokhandelsgruppen AB – info@imports.akademibokhandeln.se

Bibliotekstjänst AB; Lund – btj@btj.se

www.btj.se Distributionen, Frykdalsbacken 40 i Farsta

Förlagsdistribution; order@forlagsdistribution.se

www.nok.se Natur och Kultur

Liber distribution AB; Stockholm – ldi@liber.se

www.liberdistribution.se

Parajett AB; Landskrona – info@parajett.se

www.parajett.se Förpackning och distribution: *Ravn och 21 grams*

Pocketgrossisten AB; Solna – info@pocketgrossisten.se

www.pocketgrossisten.se

Samdistribution AB; Bonnierförlagen

12. Utgivningsföretag som åtar sig författares manus

Företag som åtar sig utgivning av författares manus, främst i små upplagor (från 100 ex)

b4press; Göteborg 031-14 09 97 info@b4press.com

www.b4press.com

Bokmusen, de oberoende förlagens vän på nätet

www.bokmusen.se

Bokprojektet Mart Marend; Klintehamn 0498-24 19 30 – info@bokprojektet.se

www.bokprojektet.se

Books On Demand; Visby 0498-21 33 60 – [info@books-on-demand](mailto:info@books-on-demand.com)

www.books-on-demand.com

Bokutgivning; Henrik Lundin, Borås – www.bokutgivning.se

forlag@bokutgivning.se

Digitalboken; www.digitalboken.se
Författares Bokmaskin; Stockholm, 08-758 03 85 – staff@bokmaskinen.se
www.bokmaskinen.se
Gml Print on demand; www.gml.se
HOI förlag, House of Independents; Sölve Dahlgren, 042-18 11 45, info@hoi.se
www.hoi.se
Instant Book AB; Clas Kjellin, 08-651 39 70, Stockholm – office@instantbook.se
www.instantbook.se
Litteraturagenten; www.litteraturagenten.se
Ord&visor förlag; Skellefteå, 0910-73 38 00 – boka@ordvisor.se
www.ordvisor.com
Podium; Stockholm, 08-611 93 51, info@podium.nu
www.podium.nu
Vulkan; www.vulkan.se

13. Juridisk rådgivning

Den juridiska rådgivning man kan behöva i sitt nystartade förlag är speciell, varför man bör fråga efter en förlagskunnig jurist. Bland flera sådana kan nämnas Sara Pers-Krause, jurist med inriktning på upphovsrätt och avtalsrätt (se adressuppgifter under punkt 14).

14. Användbara adresser

Akademibokhandelsgruppen, Box 45022, 104 30 Stockholm
vd Gunnar Ahlström
tfn 08-769 81 00, fax 08-769 81 01
info@akademibokhandeln.se, www.akademibokhandeln.se
Alis – Administration av litterära texter i Sverige, Drottning g 85, 111 60 Stockholm
tfn 08-411 98 10, www.alis.org
Bibliotekstjänst, BTJ Sverige AB, 221 82 Lund
tfn 046-18 00 00, info@btj.se
www.btj.se /kontakt/Bokanmälan/Information till nya förlag
Bok & Bibliotek, www.bok-bibliotek.se
Bokia, Box 6028, 400 60 Göteborg
vd Per Skogholm, bokansvarig Jonny Mattiasson
tfn 031-333 22 00, fax 031-333 22 01
info@bokia.se, www.bokia.se
Bokmässan Örebro Slott, www.bokmassan.net
Bokrondellen, Box 2052, 103 12 Stockholm
tfn 08 -769 81 80, fax 08-769 81 90
info@bokrondellen.se, www.bokrondellen.se
Bonus Presskopia ek.fören., Västmannag. 48, 113 25 Stockholm
tfn 08-545 429 00, fax 08-545 429 10
info@b-pk.se www.bonuspresskopia.se
BUS - Bildkonst Upphovsrätt i Sverige, Årstaängsvägen 5 B, 117 43 Stockholm
tfn 08-545 533 80, www.bus.se
Förlagsklubben, forlagsklubben@forlaggare.se, www.forlagsklubben.se
FörlagsSystem, Box 30195, 104 25 Stockholm
tfn 08-657 19 00, 657 95 00, fax 08-657 19 95
order@fsys.se, www.forlagssystem.se
h:ström – Text & Kultur, Bokkataloger vår och höst
Skolgatan 41, 903 27 Umeå, tfn 090-145 405
Johan Hammarström och Patrik Tornéus
Helsingforsbokmässan, www.helsingforsbokmassa.fi
forlag@hstrom.nu, www.hstrom.nu
ISBN-centralen
isbn@kb.se www.kb.se/ISBN
Hela förlagsregistret finns sökbart på: www.kb.se/isbn/sok/

JB-gruppen AB, Box 1610, 183 16 Täby
tfn 08-506 372 72, fax 08-756 19 87
www.jbgruppen.se

Kungliga biblioteket, Box 5039, 102 41 Stockholm
tfn 08-463 40 00

förnamn.efternamn@kb.se, www.kb.se

Oberoende bokinformation/bokdistribution, Skolgatan 41, 903 27 Umeå
tfn och fax 090-145 405

info@obi.se; distribution@hstrom.nu, www.obi.se

Sara Pers-Krause, jurist, tel. 08-545 214 12; 0709-368 893

sara.perskrause@nihlmark.se

Statens kulturråd, Box 7843, 103 98 Stockholm
tfn 08-679 72 60, fax 08-611 13 49

www.kulturradet.se

Svensk Bokhandel, Box 6888, 113 86 Stockholm
tfn 08-545 417 70, fax 08-545 417 75

redaktion@svb.se www.svb.se

Svensk Bokkonst, Kungl. biblioteket, Box 5039, 102 41 Stockholm
tfn 08-463 40 95, sekreterare Greger Bergvall

greger.bergvall@kb.se www.kb.se/svenskbokkonst

Svenska Förläggareföreningen

Drottninggatan 97, 113 60 Stockholm

tfn 08-736 19 40, fax 08-736 19 44

info@forlaggare.se, www.forlaggare.se

Sveriges Författarförbund, Box 3157, 103 63 Stockholm

tfn 08-545 132 00, fax 08-545 132 10

sff@forfattarforbundet.se, www.forfattarforbundet.se

Ugglan i Sverige, Falsterbovägen 62, 236 31 Höllviken

tfn 040-45 60 50, fax 040-45 60 68

info@ugglanisverige.se, www.ugglanisverige.se

Litteraturtips

Baverstock, Alison: *How to Market Books*. Kogan Page, London 1999.

Boken i tiden. Betänkande från utredningen om boken och kulturtidskriften. SOU 1997:41.

Bohman, Jan & Hallberg, Åke: *Grafisk design. Det synliga språket*. Spektra 1996.

Clark, Giles N: *Inside Book Publishing*. Blueprint, London 1988.

Dessauer, John P: *Book Publishing. The Basic Introduction*. Bowker, NY 1981.

Fagerström, Grethe & Vejde, Olle: *Ge ut på eget förlag*. F&V 1981.

Gedin, Per I: *Litteraturen i verkligheten. Om bokmarknadens historia och framtid*. Rabén Prisma 1975, 1997.

Gidlund, Krister: *Att göra sin egen bok. Redaktionella, typografiska och tekniska råd*. Gidlunds förlag 2004

Gidlund, Krister: *Släpp skrivandet loss. Bokutgivningens nya villkor*. Gidlunds förlag 2006

Gill, Eric: *Om typografi*. Umbra Solis, Torna Hällestad 1997.

Hallberg, Åke: *Desktop Publishing: Grundbok för PC och Macintosh: Utrustning, Programvara, Användningsområden, Grafiska regler, Text- och bildbehandling, Layout, Stilval*. Spektra 1994.

Hallberg, Åke: *Klart för tryck: Grafisk grundkunskap för alla som sysslar med trycksaker*. Spektra 1997

Hellmark, Christer: *Typografisk handbok*. Ordfront 2000.

Hellmark, Christer: *Bokstaven, ordet, texten*. Ordfront 2000.

Johansson, Kaj: *Grafisk kokbok: guiden till grafisk produktion*. Arena/Kapero grafisk produktion, Stockholm 2000.

Kristensen, Surren: *Pengar från E U. En vägledning i att söka stöd*. BookLund 1996.

Lundin, Immi och Aronsson, Kerstin, *Bokläsarnas kunskapskälla För läsecirklar och andra litteraturälskare om boksamtal, förlagsverksamhet och bokbransch*, Ystad, Kabusa Böcker 2003

Manus. Handbok för redaktörer (red. Gunilla Widengren, Tom Carlson, Christer Hellmark). Svenska Bokförläggareföreningen 1989.

Nilsson, Staffan: *Allt du bör tänka på när du gör trycksaker*. Liber-Hermods

Ord & Form. Ordfront, Stockholm 2000.

Svensk bokbranschmatrikel. Förteckning över Svenska Förläggareföreningens och Svenska Bokhandlareföreningens medlemmar. Utges årligen, Beställs från SvF:s kansli.

Tengelin, Sten m fl: *Rätt i medieproduktion. Viktiga kunskaper för att kunna undvika dyra taylor*. CKM 1996.

Widengren Hammarskiöld, Gunilla och Pettersson, Lars E: *Förlagsboken*. Ordfront, Stockholm 2001.

Österberg, Carin: *Bokförlagsekonomi. En praktisk branschintroduktion*. Svenska Bokförläggareföreningen 1982.

Flera av ovanstående titlar kan vara slutsålda men biblioteken är då som alltid en vän i nöden!