

**NOFF Nyhetsbrev nr 3, maj 2005**  
**Om årsmötet och en seminariedag**

**NOFF:s årsmöte 4-5 mars 2005 på Isabergs Konferens & Event**

**1. Inledningsanförandet** höll *Kerstin Aronsson*, tidigare *Anamma förlag*, nu *Kabusa Böcker* som grundade NOFF 4 april 1995. Föreningen för små förlag kan fira 10-årsjubileum i år! Kerstin sa bland annat att det är skillnad mellan att sälja böcker och att sälja skruvar; bokhandeln byter sitt boksortiment varje halvår medan skruvarna är desamma i decennier! Och förlagen "lånar ut" sina böcker till bokhandeln. I andra sammanhang är kvalitet något positivt men inte i bokhandeln! För att hitta läsaren måste boken beskrivas rätt. Prisutvecklingen har gått ut över böckerna med olika priser i olika affärer, och sedan kommer pocketversionen! Författarens värde lakas ur. En del böcker borde få fasta priser!

**2. Svensk Bokhandel och de små förlagen**, *Lasse Winkler, SvB*

Lasse talade livligt om flera aspekter på bokbranschen av i dag, exempelvis hur bokbranschen syns i andra medier och hur kulturen speglas i branschen.

Den yrkesmässiga självbilden är positiv.

Han sa sig gilla vitaliteten i branschen med mindre förlag med "galningar som startar förlag på passion". Varför inte starta en förlagsskola: ta ett förlag som kantrat och se om man kan rekonstruera det och visa vad det innebär att vara ett litet förlag!

Lasse testade också mötets synpunkter på förslaget till en särskild "småförlagsdel" i SvB:s Höstbokskatalog med format ner till 1/4-dels sida och bra pris.

Med breda penseldrag tecknade Lasse avslutningsvis sina tankar om den framtida utvecklingen för de stora förlagen, bokhandeln, bokklubbarna och internetbokhandlarna.

**3. Köp av internationella rättigheter**, *Dan Israel, Leopard Förlag*

Inköp av internationella rättigheter sker vid mässor som kräver dyra utlandsresor.

Några tips:

Frankfurtmässan viktigast, Bologna enbart barnlitteratur, London trivsammast!

Förarbeta genom att söka de "systerföretag" som finns, planera varje träff noga och ta bara ett fåtal böcker med hem! Alla agenter finns i samma hall. På Frankfurtmässan finns ett nordiskt nätverk för samarbete.

Försök få träffa förlagsredaktörer som vet vad som kommer att ges ut.

Läs Bookseller och N.Y. Times Bookrevue.

Utveckla och behåll goda kontakter med utländska författare.

**4. Studiebesök på Gnosjö Industrimuseum**

Det var en inspirerande och imponerande visning av tre av den ursprungliga fabriken anställda. J.E. Hyltén, fabrikören, var en otrolig uppfinnare!

**5. Redogörelse för NOFF-enkäten blev en öppen diskussion**

En sammanställning av NOFF-enkäten samt förslag till verksamhetsmål tas upp längre fram. Därefter dryftades många förlagsfrågor, bland andra om att göra en skrivelse till Kulturrådet, Näringslivsdepartementet, om att återinföra ett "kulturporto".

Det statliga distributionsstödet ses över. Bör bevakas.

Kulturporto, distributionsstöd och litteraturstödet nivå är inte så viktiga för de stora förlagen som för de små.

"NOFF har en politisk roll: nya upphovsrättslagen på lagrådsremiss"

Kopieringslagen ska skärpas. Missbruk av kopieringslagen har beivrats.

Dessa frågor har NOFF inte resurserna att driva.

*Bokpriskommissionens rapport* finns hos David Stansvik, Nya Doxa, på begäran! Trots att SCB och SvF+Svensk Bokhandel stod emot varandra, gäller SCB:s sätt att räkna!

Momssänkningen har dock nått sitt syfte: priserna blev lägre och fler böcker sålda. En momsutredning pågår.

Beträffande *Seelig–Bokrondellen* vet vi inte var det slutar för de små förlagen. Bonniers-Norstedts kanske vinner även om det fjäskades för de små förlagen.

**6. Internationella mässor och försäljning av rättigheter, Hanserik Tönnheim, Tönnheim Literary Agency, Malmö, tfn 040-661 49 10, e-post [hanserik@tonnheim.com](mailto:hanserik@tonnheim.com)**

I Sverige finns sju fristående agenter; i Frankfurtkatalogen finns lista på alla utländska agenter.

*Att sälja rättigheter* kräver kunskap om upphovs- och avtalsrätt samt royalty och förskott. Jobba med engelska avtal och överför dem till svenska.

Saknas språkkunskap, ta underagent. 10% till underagenten.

27,5% för skönlitteratur (Bonniers)

24,5% utan bandavdrag (Norstedts)

Använd hemsidan som fönster mot omvärlden med utdrag ur böcker, recensioner och författarpresentationer. Försäljning direkt via AdLibris (via webb och bokklubbar försvinner).

*Frankfurtmässan* (19-23 okt 2005) är världens största rättighetsmessa.

Börja som turist – den är öppen vissa dagar för allmänheten. 6.700 utställare från 110 länder och 288.800 besökare.

[www.frankfurt-book-fair.com](http://www.frankfurt-book-fair.com)

*Londonbokmässan* (mitten av mars) [www.bf.virtual.com](http://www.bf.virtual.com)

1.650 utställare varav knappt hälften från utanför UK

14.125 besökare

*New York Book Expo*, [www.bookexpoamerica.com](http://www.bookexpoamerica.com)

1.500 utställare, 24.800 besökare.

Besök hellre amerikanska förlag "privat".

*Barnboksmässan i Bologna* (mitten av april) [www.bookfair.bolognafiere.it](http://www.bookfair.bolognafiere.it)

Enbart en fackmessa.

*Göteborgs B&B* (29/9-2/10 2005) [www.bok-bibliotek.se](http://www.bok-bibliotek.se)

har ett rättighetsavdelning, International Rights Centre

*Paris, Salon de libre* äger rum direkt efter Londonmässan

*Bokmässan i Leipzig* lik Göteborgsmässan men saknar rättighetscenter

*Helsingforsbokmässan* (27-30 oktober 2005) [www.helsingforsbokmassa.fi](http://www.helsingforsbokmassa.fi)

liknar Göteborgsmässan, trevlig, Finland är en bra marknad

*Köpenhamns bokmessa* (november) trevlig och offentlig

### *Mässplanering*

Boka mötena minst tre månader i förväg

Passa alla tider

Uppföljning efter mässan

### *Rättighetsavtalet*

Förskottet är på mellan 40 och 60% av första upplagans tänkta royalty.

Problemländer är Island, Turkiet och vissa förlag i Polen.

Avtalet ska komma i retur inom 30 dagar. Har det inte kommit efter 90 dagar kan avtalet brytas.

### **7. Tryckerier och tryckerikontakter, David Stansvik och Erik Osvalds**

David och Erik redogjorde för några av sina tryckerikontakter med Riga, Preses Namns Corp, och Kiev Print Factory samt Fälth & Hässler. Textunderlag med prisjämförelser delade ut.

### **8. Sara Pers-Krause, jurist med inriktning på upphovsrätt och avtalsrätt**

Sara arbetar på AlbiHNS i Stockholm, en immaterialrättsbyrå, och sysslar med rådgivning, avtalsskrivning, förhandlingar och domstolsprocesser.

Efter utbildning och studier har hon arbetat i Stockholm som jurist vid Sveriges Författarförbund, två advokatbyråer och en annan immaterialrättsbyrå.

Sara erbjuder NOFF:s medlemsförlag att få rådfråga henne enligt följande:

- ett första samtal är gratis
- ett paketpris för vissa tjänster
- prisuppgift lämnas för övriga tjänster - NOFF-förlag får ett medlemspris

Sara Pers-Krause är alltså en jurist som NOFF-förlagen kan kontakta.

e-post [sara.perskrause@albihns.se](mailto:sara.perskrause@albihns.se)

tfn direkt: 08-59 88 73 69 eller växel 08-59 88 72 00. Mobilnr 0709 36 88 93

### **9. Royalty-redovisning, Kjell Warne, Warne förlag**

Kjell redogjorde för och delade ut "Royman, ett effektivt verktyg för beräkning och redovisning av royalty och lagersaldon" från Hult & Co i Göteborg.

Tfn 031-13 51 30, e-post [sture@hult-co.com](mailto:sture@hult-co.com)

Kjell svarar gärna på frågor om detta, eftersom han sedan mer än ett år har goda erfarenheter av detta royaltyredovisningssystem!

### **10. Hemsida, Eva Månsson, Isabergs Förlag**

Kalle Johansson, Toxic i Anderstorp, har gjort Isabergs hemsida, [www.isaberg.nu](http://www.isaberg.nu)

De är mycket nöjda med den och kan rekommendera Kalle Johansson. Se

[www.specialisthuset.se/toxic](http://www.specialisthuset.se/toxic)

\*\*\*\*\*

### **Två olika evenemang var planerade att äga rum i Stockholm den 13 och 14 april 2005:**

1. En bokhandlarträff mellan NOFF-förlagen och Storstockholms alla bokhandlar kvällen den 13 april fick tyvärr ställas in på grund av alltför klen anslutning från bokhandlarnas sida.
2. En seminariedag som NOFF bjöd på den 14 april blev däremot mycket lyckad.

### **En kort rapport från seminariedagen**

som ägde rum på SMI, Stockholms Musikpedagogiska Institut, Eriksbergsgatan 8B, Stockholm. 20 förlag med 29 personer var där.

#### *Förlagsjuridik på förmiddagen*

Föreläsaren Caroline Fellbom från Svenska Förläggareföreningen talade om upphovsrättens grunder och förlagets dubbla roll som både "medarbetare" och "avtalsmotståndare". Särskilt aktuellt i media just denna vecka (25 maj) är om det blir en ny upphovsrättslag per 1/7 2005. Någon risk för "fildelningslag" föreligger dock inte!

Upphovsrättsliga avtal: t ex förlagsavtal. Ramavtalen från 1996 har gått att använda hittills. Sveriges Författarförbund antog hösten 2004 Mönsteravtal för bland annat litterärt verk i bokform.

Ramavtalen för läromedel, illustration och översättning gäller fortfarande.

Skyddstiden för text och fotografi är 70 år efter upphovsmannens död. För enklare foton gäller tiden 50 år från framställningsdatum. Upphovsmannens rättigheter är både ekonomiska och ideella; inskränkningar i upphovsmannens rätt är t ex citat och skolboksantologier (5 år efter originalutgåva och bara en mindre del av verket).

För att återge citat krävs upphovsmannens samtycke. Man får inte "göra om lite", då är det inget citat. Ett referat måste ligga långt från ursprunget.

Läs mer om uphovsrätt och avtal i exempelvis Förlagsboken, Ordfront/Svenska Förläggareföreningen.

### *Marknadsföring på eftermiddagen*

Föreläsaren Mikael Rosén gav många praktiska och roliga råd:

- Undvik floskler i marknadsföringen! Beskriv istället boken tydligt så att den lockar *rätt* köpare. "Alla" kan inte vara målgruppen för en bok. Upptäck och kanalisera ett behov, exempelvis den funktionella målgruppen.
- Målgruppen kan delas i tre beteendegrupper: A, hälften av alla människor, en präktig typ; B, en fjärdedel av alla, en social typ; och sista fjärdedelen C, en kreativ, något otyglad person.
- Eftersträva trovärdighet via den klassiska retoriken, etos (jag/varumärke) patos (känsla) logos (fakta) - i nämnd ordning! Alltså inte så mycket tråkig lokig utan mer känsla!

Sammanfattningsvis: ett tydligt budskap framfört med trovärdig argumentation (med känsla) och med kunskap om mottagarens beteendegrupp borde borga för en lyckad marknadsföring. Några av de deltagande förlagens marknadsföringsmaterial fick en skarpsynt och nyttig analys

*Antecknat av NOFF-sekreterare Elisabet Fredrikson*