

## Distribution: Hur eboken kommer ut i näthandeln

För att eboken ska dyka upp på nätbokhandlarnas webbsidor krävs en distributör eller flera.

Distributören lagrar och organiserar eboken och dess metadata. Näthandlarna hämtar eboken och informationen från distributören. Information om försäljning och royalty skickas från näthandlaren till distributören och från distributören till utgivaren.

Behöver man ändra något i eboken skapar man en ny version och laddar upp den nya filen hos distributören och så är problemet fixat hos alla näthandlare. Om man behöver ändra i t ex beskrivningen eller vill sänka priset gör man det hos distributören också.

I Sverige finns distributörerna *Elib* (<http://www.axiellmedia.com/forlagstjanster/>) numera ägt av Axiell Media och *Publit* ([http://publit.com/sv/?noredirect=sv\\_SE](http://publit.com/sv/?noredirect=sv_SE))

Den som inte sålt upphovsrätten till något förlag i någon annan del av världen kan ladda upp eboken hos utländska distributörer också. Några kända engelskspråkiga är *Amazon*, *Smashwords*, *Kobo*, *Google Play*, *Pronoun* och *Direct to Digital (D2D)*. Amazon, Smashwords, Google Play och Kobo har även nätbutiker.

Det kostar normalt inget att skapa ett konto och ladda upp eboksfilerna hos distributören. Det kostar normalt heller inget att förvara dem hos distributören. En distributör som vill ha betalt för uppladdning, registrering och förvaring bör man undvika. Likaså en distributör som inte för kontinuerlig försäljningsstatistik som man kan kolla som kund.

Distributören tar sedan ut en kommissionsavgift per sålt exemplar. Elibs och Publits kommissionsavgift är 10%. De internationella distributörerna ligger också på 10%. Amazon som är både distributör och näthandel. De tar i bästa fall 30%, med 70% royalty till utgivaren om man sätter priset mellan \$2.99–\$9.99. Utgivaren sätter själv butikspriset. För lägre eller högre ebokspriser får utgivaren 35% royalty.

En del svenska bokutgivningstjänster distribuerar också eböcker – till Elib och Publit – mot kommission.

Undvik sådana extra mellanhänder om du inte vill tappa ytterligare upp till 30% (som hos BoD 2017) av den 90% vinst som kommer från Elib eller Publit.

Elib kräver att man har ett företag för att skriva avtal. Hos Publit är det inget krav.

Utgivaren fakturerar Elib varje kvartal efter att ha mottagit kvartalets försäljningsrapport per epost. Publit sätter in royaltyn direkt på utgivarens konto om man inte hellre vill fakturera.

Fördel Elib: Företaget har bäst räckvidd när det gäller svenska bibliotek. Svenskarna lånar fortfarande hellre eböcker än köper dem och till skillnad från tryckta böcker får man som utgivare ersättning från första utlånet, inte efter 2 000 utlån som vid tryck.

Fördel Publit: Företaget har en mycket bra POD-tjänst. POD eller tryck-vid-beställning innebär att utgivaren laddar upp tryckfiler i PDF-format hos Publit, boken visas hos näthandlarna och när någon köper den i näthandeln trycker, skickar och fakturerar Publit det hela och sätter in royaltyn varje kvartal på utgivarens konto.

Man måste inte välja antingen eller. Det går att ha eböcker hos Elib och POD hos Publit eller eböcker hos båda.

Elib och Publit når i princip samma näthandlare och är båda solida, seriösa företag som betalar ut royalty punktligt och loggar man in hos dem kan man följa sin försäljning.

Man laddar upp sin eboksfil i epubformat hos ovanstående. Sedan tar det max 24 timmar innan boken syns på nätbokhandlarnas hyllor och går att köpa.

# Ladda upp e-boken hos distributören

I stora drag handlar det om registrering av e-bokens metadata följt av uppladdning av e-boksfilen.

- Skapa ett konto hos distributören (Elib, Publit, annan)
- Registrera boken

Registrering består av metadata som titel, ISBN, författare, upphovsrätt, publiceringsår, beskrivning osv.

- Fyll i genre och sökord så att näthandlaren kan sortera boken rätt

Att välja rätt genre är givet. Men svenska näthandlare har ännu inte insett att man skulle sälja betydligt fler böcker om det gick att söka på sökord som 'vintyper i Spanien', 'Napoleons marsalkar', 'oblodiga deckare', 'Borlänge' eller 'angorakaniner'.

Vilket årtionde som helst kommer de svenska nätbokhandlarna att tvingas ha samma moderna sökalgoritmer som Storytel och Amazon. När de svenska nätbokhandlarna väl lägger till en sökalgoritm för sökord är den förutseende eboksutgivaren redo att bli hittad eftersom man redan lagt in de här sökorden hos likaledes förutseende distributören.

Sökord är för övrigt något man kan ändra för att testa sig fram till hur e-boken bäst blir hittad av intresserade läsare.

- Fyll i beskrivningen, alltså motsvarigheten till den tryckta bokens säljande baksidestext

Fila på beskrivningen och ändra den hos distributören om den inte verkar sälja.

- Sätt svenskt f-pris (hos många utländska distributörer är det istället butikspriset man sätter)

Hos distributören lägger man in sitt svenska f-pris, dvs den summa man som utgivare tar per sålt exemplar. I nätbutiken visas sedan ebokens pris med nätbutikens påslag. Man kan ändra pris närhelst man vill. Mixtra gärna lite med priset så att inte butikspriset blir en konstig summa som 72,63 kronor. Jämna kronor ser mer seriöst ut.

Hos en del distributörer kan man välja vilka nätbokhandlare och kanaler boken syns hos, hos andra inte.

- Klicka publicera

När eboksfilen godkänts av distributören finns din ebok ute i näthandeln. Du har gett ut en ebok. Grattis!

## Kort om ebokspriser

Rent generellt ligger ebokspriserna i Sverige för högt för att bökköparna ska välja eboksformatet (2017). De stora förlagen har tyvärr härmat de stora förlagen utomlands och försökt sakta ner en viss oundviklig övergång till digitala böcker (e- och ljud) genom att hålla priserna betydligt högre än vad som är befogat.

Det är att förolämpa bökköparnas intelligens när en inbunden bok och en ebok kostar lika mycket i nätbutiken. En ebok är billigare att tillverka eftersom tillverkningen är en engångskostnad, formatet har inga kostnader för trädfällning, papperstillverkning, tryck, tilltryck, förvaring eller frakt. Bökköparen vet att eboken kostar en spottstyver att tillverka och distribuera i jämförelse med en tryckt bok.

Men de stora traditionella förlagen är uppbyggda kring produk-

tion och distribution av pappersböcker. Ju fler läsare som går över till att läsa eböcker ju mindre behövs förlagens kostnadskrävande pappersbaserade infrastruktur.

Svenska indie- och egenutgivare har börjat inse att man kan lägga priset där marknaden vill ha det och effektivt konkurrera med förlagsjättarna eftersom man har mycket lägre omkostnader. I Sverige börjar det här synas i genrer som negligerats av de stora förlagen. Fantasy, skräck, romance och erotik säljer en mycket högre andel eböcker än förlagsdominerade genrer som deckare och feelgood.

Mindre än tio år efter det att e-boken började slå igenom i USA är mer än hälften av all skönlitteratur som säljs i digitalt format, främst eböcker. Det betyder förstås inte att pappersboken är borta om tio år. Tvärtom har övergången stannat av och kanske kommer den att ligga kvar runt femtio procent för en lång tid framöver. Men det gör att förlagens inkomster och inflytande drastiskt minskat, eftersom ebokspriserna pressats ner av bokälskarna som gärna köper en ebok om den ligger under en pocket i pris. Dessutom bryr sig läsare sällan om vem som gett ut boken bara den ser proffsig ut.

Det finns ingen anledning att tro att Sverige inte kommer att följa den internationella utvecklingen. Även om det var Amazon som skapade eboksmarknaden i USA är det inte Amazon, utan digitaliseringen och nätet som är den avgörande punkten för utvecklingen. Hälften av alla böcker som säljs i Sverige säljs redan över nätet.

## Hur mycket ska en ebok kosta?

Sätt inte ett för högt eller för lågt pris. Sätt priset som för en ny pocket eller lite under. Lite högre pris för en fackbok än för skönlitteratur. Priset bör ligga i impulsköpszonen. Bokköparen

måste ha råd att ta en chans på en bok man inte hört talas om men som verkar intressant. Speciellt i början av ett författarskap är det viktigare att få fler läsare genom att sälja fler böcker än att tjäna maximalt per såld bok oavsett format.

Släpp genast alla tankar på bokens omistliga konstnärliga värde vid prissättningen. I det här läget är ens bok en vara på näthyllan bland andra varor. Priset ska vara ungefär som för liknande böcker. För högt och ingen köper, för lågt och köparen misstänker att det är något fel på varan.

Kom ihåg att vinstmarginalen för en ebok är mycket högre än för en pocket – om man ger ut själv vill säga. Sedan är eboken för evigt, så snart den låga tillverkningskostnaden tjänats in är all royalty ren vinst. Tar pocketupplagan slut måste man bekosta en ny tryckning. Eboksupplagan tar aldrig slut.

Den svenska marknaden är begränsad så ebokspriserna kommer så småningom att landa strax under pocket. I USA är genomsnittspriset för eböcker ungefär hälften av en storpocket (den mindre standardpocketstorleken som används i Sverige lades ner av förlagen av lönsamhetsskäl). Men den prisnivån blir för låg i Sverige eftersom marknaden är mycket mindre.

En del utgivare kommer att lägga sitt pris jättelågt i hopp om att få läsare på det viset. Men kundgruppen som bara läser gratis- eller jättebilliga böcker är inte de man vill ha som läsekrets långsiktigt. Sätt priset för lågt och många andra läsare kommer att anta att priset är lågt för att boken är dålig.

Kör gärna reakampanjer, men superlågt pris eller gratis straffar sig i längden om man vill kunna tjäna någonting på sitt författarskap.

Att hålla lägre pris på första delen i en serie är däremot ett bra sätt att locka läsare.