



FRAMTIDENS LÄROMEDEL

EN ANALYS AV DIGITALISERINGENS PÅVERKAN PÅ DEN
SVENSKA LÄROMEDELSMARKNADEN

BRATT | FEINSILBER | HARLING

OM LÄROMEDELSFÖRFATTARNA

Läromedelsförfattarna är en medlemsdriven intresseorganisation för författare av läromedel och kurs-litteratur i Sverige. Vi för författarnas talan, förbättrar villkoren och erbjuder ett starkt författarkollektiv.

Vår vision är ett kunskapsorienterat samhälle där läromedel av hög kvalitet för alla är en självklarhet.

KONTAKT

Läromedelsförfattarna
Adress: Drottninggatan 61, 111 21 Stockholm
Mejl: adm@laromedelsforfattarna.se
Telefon: +46 (0)8 440 84 80
Webbplats: www.laromedelsforfattarna.se

Rapporten har tagits fram av advokat Thorbjörn Öström på Advokatbyrån Bratt Feinsilber Harling AB, på uppdrag av Läromedelsförfattarna.

För- och efterord av Per Kornhall, ordförande,
Läromedelsförfattarna

FÖRORD

Det är många variabler som ska samspela i en välfungerande marknad. Faller en byggkloss rasar hela systemet. Detta gäller alla marknader, så även läromedelsmarknaden.

Vi vet att läromedel av hög kvalitet är ovärderliga för såväl lärare som elever, även vårdnadshavare uttrycker värdet av läromedel för att de ska kunna följa sina barns skolgång och hjälpa dem med läxorna. För att Sverige ska ha en likvärdig skola är en jämlik och hållbar tillgång till läromedel en förutsättning, och då behöver marknaden fungera.

Med tanke på den utveckling som syns i bland annat musikbranschen, där piratverksamheten och digitaliseringen har bidragit till helt nya affärsmodeller där rättighetsskaparna till stor del är förlorarna, kände vi en oro för vår egen bransch. Vi vet att bokbranschen har förändrats genom ljudboksboomen som kom med digitaliseringen, men hur har digitaliseringen påverkat läromedelsbranschen? Och hur kommer den påverka framöver?

För att ta reda på detta bad vi advokat Thorbjörn Öström på byrån Bratt Feinsilber Harling att analysera digitaliseringens effekter på läromedelsmarknaden. Analysen har ett fokus på läromedelsförfattares roll i det upphovsrättsliga ekosystemet, och resultatet presenteras i den här rapporten. Rapporten skrevs hösten 2022. Förändringar på läromedelsmarknaden sker löpande. Som exempel kan nämnas nya tjänster för digital kurslitteratur och statens aviserade satsning på 685 miljoner kronor till läromedel. Det ena är ett exempel på digitala tjänster som ständigt dyker upp, och som kommer att fortsätta göra det. Det andra är ett exempel på att läromedelsmarknaden är en marknad där politisk styrning har stor betydelse.

Läromedelsförfattarnas vision är ett kunskapsorienterat samhälle där läromedel av hög kvalitet för alla är en självklarhet. För att nå dit kommer vi fortsätta att bevaka läromedelsmarknaden och arbeta för att den ska förbli välfungerande. Läromedel ska inte vara något som köps in ”om man har råd”, det ska vara en självklarhet – för Sveriges alla lärare och elever.

Per Kornhall
Ordförande
Läromedelsförfattarna

INNEHÅLL

FÖRORD AV LÄROMEDELSFÖRFATTARNA	3
SAMMANFATTNING/EXECUTIVE SUMMARY	5
INLEDNING	6
GENOMFÖRANDE	7
1. LÄROMEDELSMARKNADEN	8
1.1 INLEDNING.....	8
1.2 LÄROMEDELSMARKNADENS STRUKTUR.....	9
1.3 SLUTSATSER OCH FRAMTID	15
2. NÄRLIGGANDE MARKNADER	22
2.1 INLEDNING	22
2.2 MUSIKMARKNADEN	24
2.3 FILMMARKNADEN.....	29
2.4 ALLMÅNLITTERATUREN	31
3. GENERELLA FAKTORER	36
EFTERORD AV LÄROMEDELSFÖRFATTARNA	38

SAMMANFATTNING/EXECUTIVE SUMMARY

- Läromedelsmarknaden uppvisar flera unika karaktärsdrag, som måste tas i beaktande vid jämförelser med närliggande marknader. Merparten av dessa är positiva för den svenska läromedelsmarknaden förmåga att stå emot potentiella utmaningar till följd av en ökad digitalisering.
- Prissättningen är helt avgörande för marknadsutvecklingen vid ökad digitalisering. Det finns idag en prispress på digitala läromedel, som inte bedöms hållbar på sikt. Denna är delvis självförvållad av marknadens aktörer, genom vidlyftiga rabatter och gratiserbjudanden som urholkar kundernas betalningsvilja.
- De strukturer för prissättning av läromedel och ersättningar till författarna som etablerats för tryckta läromedel bör så långt möjligt bibehållas även i den digitala miljön. En "Spotify-" eller "Storytel-modell" bedöms inte kunna generera tillräckliga intäkter för att kunna bibehålla en fortsatt högkvalitativ läromedelsproduktion i Sverige.
- Sektorn har varit förhållandevis förskonad från marknadspåverkande piracy. Detta, i kombination med det faktum att läromedelssidan inte konkurrerar med innehållstjänster för privat bruk, får betraktas som viktiga faktorer för möjligheterna att upprätthålla en rimlig prisnivå. Situationen skiljer sig emellertid mellan grund- och gymnasieskolan och högskoleområdet.
- Dagens struktur på läromedelsmarknaden är gynnsam, då ett antal traditionella, relativt starka, aktörer styr merparten av produktutvecklingen. Därmed finns möjligheter att snabbt upptäcka och parera kannibaliseringstendenser mellan olika typer av produkter eller tjänster.
- Läromedelsförfattarnas insats har ökat över tid och den löpande kontakten mellan författare och förlag under ett verks livstid är normalt sett mer intensiv än tidigare.
- Det är av central betydelse för en fortsatt livskraftig svensk läromedelsmarknad att kvalitetsaspekten får väsentligt större betydelse vid inköp av läromedel. Att det är lärarna själva som ansvarar för att välja läromedel utgör en viktig garant för att tillräcklig hänsyn tas till läromedlens kvalitet. Ett ökat fokus på kvalitet förväntas också stärka upphovspersonernas ställning på marknaden.

INLEDNING

Advokatbyrån Bratt Feinsilber Harling har fått i uppdrag av Läromedelsförfattarna att genomföra en analys av vilken påverkan digitaliseringen har haft och kan förväntas få framgent för den svenska läromedelsmarknaden. Analysen har i viss utsträckning baserats på en kartläggning av hur digitaliseringen kommit att påverka närliggande marknader för upphovsrättsligt skyddade verk, t.ex. film, allmänlitteratur och musik. Kartläggningen redovisas under punkterna 2.1 – 2.4 nedan.

Fokus för analysen har varit *läromedelsförfattarnas* roll i det upphovsrättsliga ekosystemet. För att en marknadsanalys ska bli meningsfull för författaren eller upphovspersonen, är det emellertid nödvändigt att göra en åtskillnad mellan a) frågor relaterade till att pengar förs in i det upphovsrättsliga ekosystemet och b) fördelningen av pengarna inom systemet. Till den förra kategorin hör sådana grundläggande frågor som prissättning i förhållande till kunden, antalet mellanhänder och dessas funktion på marknaden, alternativa finansieringsformer och frågor relaterade till marknadsposition och förhandlingsstyrka mellan t.ex. förlag och återförsäljare. Till den senare hör prissättning av rättigheter och andra prestationer och maktförhållandet mellan upphovspersonen och producenter, t.ex. förlag. Då läromedelsförfattare i allmänhet inte kan sägas vara helt fristående från andra aktörer på samma sätt som exempelvis förekommer på delar av musikmarknaden (jfr nedan) behandlas dock i huvudsak rättighetshavarna i form av författare och förlag gemensamt i denna övergripande marknadsanalys. Fokus kommer således att ligga på frågan om *pengar in* i systemet.

GENOMFÖRANDE

Ett antal intervjuer har gjorts med företrädare för läromedelsförlag, EdTech, upphovsmannaorganisationer, branschföreträdare inom närliggande branscher, kollektiva förvaltningssällskap och enskilda medlemmar i organisationen.

Dessutom har vissa uppgifter hämtade från olika typer av branschmedia stämts av med personer med insikt i IT-sektorn och riskkapitalmarknaden. Intervjuerna har gjorts utifrån förutsättningen att de intervjuade inte ska citeras med angivande av källa och flertalet av de intervjuade har dessutom understrukit att de tankar och åsikter som förs fram bör ses som deras egna och inte nödvändigtvis fullt ut delas av deras arbetsgivare eller konkurrenter.

Intervjuresultaten redovisas därför inte särskilt utan har vävts in i behandlingen av respektive delområde nedan. Utöver intervjuerna har källorna i huvudsak utgjorts av rapporter och branschmedia, samt egna erfarenheter från mitt arbete inom de berörda sektorerna. Då flera av uppgifterna alltså inte kommer från offentliga källor, redovisas nedan inga exakta siffror vad gäller uppgifter som typiskt sett utgör affärshemligheter, t.ex. royaltysatser, engångsbelopp och återförsäljarrabatter.

En omständighet som i någon mån gjort det svårt att se tydliga och konsekventa trender är naturligtvis Coronapandemins mycket ingripande effekter på vissa av de undersökta branscherna. Jag har dock i möjligaste mån försökt bortse från dessa, i vart fall när det gäller trender som jag bedömt som uppenbart temporära. Å andra sidan vittnar t.ex. företrädare för filmbranschen om att pandemieffekterna tycks kunna bli bestående, med minskade biobesök och mer filmkonsumtion via streamingtjänster. Även en ökning av användningen av digitala läromedel bedöms av de flesta branschföreträdare kunna bli bestående, i vart fall i viss utsträckning.

Under arbetets gång har det allmänna ekonomiska läget förändrats väsentligt, t.ex. i form av räntehöjningar och fallande börser. Även denna trend kan förväntas få stor påverkan på flera av de undersökta marknaderna, i vart fall på sikt.

Jag har nedan valt att använda generella termer som i flera fall skiljer sig från de begrepp som traditionellt används på det upphovsrättsliga området. T.ex. förekommer de i många sammanhang värdeladdade begreppen "innehållsleverantörer", "innehållsmarknad" och "innehåll" (jfr engelska "content"), dels då begreppen används flitigt i intervjuer och källmaterial, dels då det traditionella verksbegreppet kan vara missvisande i förhållande till just läromedel, i synnerhet vid spekulationer om framtida produktutveckling. Vad gäller upphovspersoner och utövande konstnärer har jag valt att benämna dessa som "kreatörer", i den utsträckning det finns anledning att behandla flera kategorier gemensamt.

1. LÄROMEDELSMARKNADEN

1.1 INLEDNING

Läromedelsmarknaden¹ karaktäriseras av att politiska beslut kan få direkt påverkan på marknaden i väsentligt högre utsträckning än vad som är fallet för andra innehållsmarknader. För att försöka förutspå digitaliseringens påverkan på sektorn, behöver man därför också ta hänsyn till den politiska sfären. Detta manifesteras inte minst i form av den nu avslutade Läromedelsutredningen (SOU 2021:70), som potentiellt skulle kunna påverka läromedelsmarknaden på en mängd olika sätt. Det är dock svårt att i dagsläget bedöma i vilken utsträckning utredningens förslag rent faktiskt kommer att få genomslag på marknaden, varför förslagen som sådana inte kommer att beröras nedan. Däremot kan man se utredningen och dess förslag som en del i en trend mot att allt större uppmärksamhet riktas mot läromedel och läromedlens kvalitet.

Digitaliseringen i utbildningssektorn har pågått var under lång tid, men har fram tills ganska nyligen varit starkt fokuserad på hårdvara och administrativa digitala verktyg. Själva innehållet i form av t.ex. digitala läromedel förbisågs länge. Idag menar branschföreträdarna dock att innehållsfrågorna hamnat i fokus. År 2016 stod digitala läromedel för 8 % av den totala omsättningen i branschen. Idag står fysiska läroböcker för mellan 30–35 % av marknaden och helt digitala läromedel för mellan 15–17 %. Störst andel, 50–55 %, står kombinationsprodukterna för. Med andra ord är skillnaden i förhållande till marknaden för allmänlitteratur påtagligt, på så vis att digitaliseringen har fått ett väsentligt större genomslag på marknaden. Som nämnts ovan, skiljer sig användningen av digitalt material dock betänkligt åt mellan målgrupperna, framförallt beroende på elevernas ålder. Generellt beskrivs dock

¹ Nedan används begreppet "läromedel" som samlingsbegrepp för verk som är avsedda att användas i undervisning i någon form. Den "läromedelssektor" som beskrivs hyser därför också flera olika delsektorer, med sinsemellan mycket olika grundförutsättningar. T.ex. skiljer marknaderna sig betänkligt åt mellan läromedel för grundskola och gymnasium respektive högskola. Dessutom ser vissa aktörer i branschen framför sig en tillväxt av fortbildningsmarknaden ("livslångt lärande"), en marknad som får förmodas skilja sig från övriga läromedelsmarknaden i flera centrala avseenden. Även inom de olika segmenten finns klara skillnader mellan framförallt läromedel för olika ämnesområden (där vissa ämnen är mer exponerade för internationell konkurrens än andra) och det ålderssegment läromedlet inriktar sig på (där läromedel för lågstadiet t.ex. har större likheter med den traditionella, analoga läromedelsmarknaden än läromedel för gymnasiet). För syftet med denna rapport skulle det emellertid vara mindre meningsfullt att göra någon mer granulär uppdelning av marknaden. I de delar där strukturella skillnader bedöms vara viktiga för analysen, vilket i huvudsak gäller mellan kurslitteratur för högskolan och övriga läromedel, nämns dock detta särskilt.

marknadsutvecklingen av flertalet branschföreträdare som långsam men stadig utveckling mot kombinationsprodukter och digitala produkter.

1.2 LÄROMEDELSMARKNADENS STRUKTUR

För förståelsen av den pågående utvecklingen på läromedelsmarknaden är det nödvändigt att i vart fall översiktligt beröra den del av den s.k. EdTech-marknaden som ligger närmast det som traditionellt kallas IT-sektorn. Det rör sig i huvudsak om utveckling av mjukvara anpassad till utbildningsmarknaden och aktörerna kommer enligt uppgift ofta från teknikbakgrund, även om många i branschen uppges ha erfarenheter från skolektorn. På ett övergripande plan kan sägas att IT-projekt av detta slag normalt – i vart fall i teorin – karaktäriseras av en mycket hög initial kostnad, följt av en låg marginalkostnad för att knyta nya kunder till t.ex. en plattformslösning. Tankesättet påverkar inte minst finansieringen av mjukvaruutvecklare och utgör, som framgått ovan, ett viktigt skäl till att tillgången på riskkapital varit god, samtidigt som investerare tenderat att ha stort tålamod med att kräva att lönsamhet uppnås. För just utbildningssektorn anses dock de långa ledtider som naturligt följer på långa försäljningscykler verka hämmande på tillgången till riskkapital. Å andra sidan lyfts också det faktum att kunderna är stabila, med långsiktiga verksamheter, som en positiv faktor för att kunna attrahera riskkapital. Vad gäller digitala läromedel specifikt, beskrivs den förhållandevis låga ”läromedelspengen”, d v s hur mycket som investeras i läromedel per elev, som ett problem för att attrahera riskkapital. Dessutom är skalbarheten på innehållssidan mycket mer begränsad, även vad gäller helt digitala läromedel (se nedan). Å andra sidan har kommunernas IT-budgetar varit tämligen stora under perioder, vilket av någon företrädare för branschen uppges ha styrt branschen att satsa på digitala produkter, på bekostnad av traditionella läromedel. Att digitala läromedel och andra resurser finansieras av offentliga medel utanför de sedvanliga läromedelsbudgetarna förekommer också i andra sammanhang, jfr t.ex. Binogi som delfinansieras av Språkprojektet och ett antal aktörer som tillgodogör sig olika produktionsstöd. Bland de senare kan särskilt Inläsningstjänst uppmärksammas, då bolaget 2020 omsatte 150 MSEK och genomfört satsningar på digitala tjänster för förskolan. Flera myndigheter och andra offentligt finansierade aktörer tar också fram eget undervisningsmaterial.

Tröskeln för att ta sig in på marknaden beskrivs som tämligen hög och trenden verkar vara att nya bolag framförallt startas med målsättningen att bli uppköpt av en större aktör.

Läromedelssektorn är utpräglad nationell, i huvudsak då den styrs av läroplaner. På högskoleområdet är situationen delvis en annan, men inte minst då svenska universitetsutbildningar i många fall är yrkesutbildningar, beskrivs även denna

sektor som tydligt nationell. Den nationella, eller t.o.m. regionala prägeln gäller inte bara själva innehållet, d v s läromedlen, utan gäller i vart fall i dagsläget också den bakomliggande digitala infrastrukturen. Orsakerna till detta är flera, men en faktor som framhålls är att användningen av digitala läromedel kräver interaktivitet och möjligheter för pedagogen att anpassa och kontrollera användningen. Med andra ord krävs normalt ett stort mått av anpassning till de olika kundernas ibland ganska specifika behov. De systemlösningar som varit i någon mån framgångsrika på utbildningsområdet har därför varit nationella eller regionala, där stordriftsfördelarna i första hand kunnat uppnås på den nordiska marknaden. På så vis skiljer sig läromedelssektorn från framförallt musiksektorn. Det ska nämnas att möjligheterna att expandera över landsgränserna naturligtvis kan variera mellan produkterna, beroende på målgrupp och ämne. T.ex. är skalbarheten i en övningsapp för grundläggande matematik för yngre åldrar väsentligt större än ett interaktivt läromedel anpassat för en svensk gymnasieutbildning. Å andra sidan marknadsför sig t.ex. en tjänst som Albert, som bl.a. erbjuder just matematikhjälp till framförallt enskilda elever, med att innehållet är "läroplansanpassat".

Marknaden beskrivs av flera aktörer som tämligen statisk, med ett fokus hos köparsidan på att "inte göra fel" och förlita sig på beprövade lösningar. Detta bidrar, i kombination med den ovan beskrivna svårigheten att attrahera riskkapital, till de höga trösklarna för inträde på marknaden.

Vad gäller *aktörer* måste läromedelsmarknaden beskrivas som tämligen stabil, även om det finns gott om exempel på såväl uppköp som nyetablering av framförallt uppstarts företag. Även om det finns exempel på tämligen framgångsrika företag, utgör de nya aktörerna på den digitala marknaden i huvudsak marginalföretag. Dessa mindre, nya aktörer betraktar sig – och betraktas – snarare som komplement till traditionella läromedel. Den svenska läromedelsmarknaden domineras idag istället av en handfull förlag som är väl etablerade på marknaden. Marknadens regionala prägel återspeglas också i förlagens struktur, där den förekommande gränsöverskridande verksamheten rent praktiskt beskrivs som en i huvudsak nordisk angelägenhet (jfr Finland i form av Sanoma utbildning och Danmark i form av Clio). Det ska dock understrykas, att den svenska läromedelsmarknaden är långtifrån statiskt. T.ex. förvärvade Studentlitteratur så sent som i oktober 2022 Bonnierförlagen Lära.

De större förlagen tillhandahåller sina läromedel via egna plattformar. Utvecklingskostnaderna för dessa uppges vara mycket höga, samtidigt som flera av intervjupersonerna lyfter fram behovet av att skraddarsy sina lösningar för att kunna garantera den flexibilitet som anses nödvändig för att kunna vara konkurrenskraftig på marknaden. Valet att investera i egna plattformar förklaras också med behovet av att kunna få enkel tillgång till trovärdiga användardata och

rena kvalitetsargument. Det är angeläget för förlagen att kunna utveckla de digitala läromedlen, oavsett om det rör sig om helt digitala produkter eller kombinationer av digitalt och tryckt innehåll, på ett sätt som möjliggör att de pedagogiska övervägandena står i förgrunden, snarare än att begränsas av de tekniska förutsättningarna hos tredjepartsleverantörer. Dagens läromedel kan dessutom vara komplexa att hantera rent tekniskt, då de innehåller flera olika materialkategorier och kan ha olika typer av funktionalitet. Dessutom måste uppdateringar av läromedlen kunna ske kontrollerat och driftsäkert. De stora investeringarna i egna plattformar som förlagen gjort torde medföra en mindre förändringsbenägen marknad, då gjorda investeringar tar lång tid att återhämta.

Läromedelsmarknaden har genomgått olika faser, där förlagsgrupper under en tid förvärvade underleverantörer, men där trenden periodvis också gått åt andra hållet. I dagsläget uppges trenden vara att förlagen har initiativet.

Vad gäller *fristående distributörer* av digitalt innehåll utgör Skolon den aktör som är mest intressant utifrån syftet med denna rapport. Tjänsten, som lanserades 2015, är en digital plattform för skolor och samlar bl.a. digitala läromedel från leverantörer som Natur & Kultur, Liber, Clio och – sedan juni 2022 – Glerups. Underleverantörer betalar en fast årlig avgift för tillgång till plattformen och tar också procent på den försäljning av t.ex. digitala läromedel som sker genom plattformen. Underleverantörerna får tillgång till plattformen via Skolons API, vilket innebär att tjänsten i stor utsträckning är beroende av underleverantörernas digitala infrastruktur, som alltså bekostats av förlagen själva. Under pandemin erbjöds fri tillgång till digitala läromedel. I juni 2022 angav Skolon att de hade 415 000 betalande användare i Sverige och Norge och omsättningen för 2021 låg runt 40 mkr. Skolon är sedan våren 2022 noterat på First North.

Skolon marknadsför sig bland annat genom att underlätta den tekniska hanteringen av läromedel och skolverktyg, tillhandahålla datasäkerhet och GDPR-verktyg och statistik- och analysverktyg. Att hantera centrala delar av kommunernas ansvar beträffande personuppgifter och datasäkerhet har varit ett viktigt säljargument för Skolon. Vad gäller analysverktygen är även dessa beroende av tillgång till inleverantörernas API, vilket gör att de traditionella förlagen fortsatt har möjligheter att kontrollera användardatan. Vad gäller läromedel framhåller man möjligheterna för pedagoger att göra egna val utifrån en stor mängd tillgängliga läromedel. De framhåller också möjligheterna att testa olika verktyg. Annorlunda uttryckt marknadsför sig Skolon som ett slags ”one stop shop” för digitala utbildningsresurser, vilket alltså innebär att man placerar sig nära slutkunden. Målsättningen får förutsättas vara att bygga långsiktig kundlojalitet med användarna.

En trend uppges vara att inköpen av digitala och fysiska produkter delas upp och denna uppdelning har t.ex. fått genomslag i upphandlingarna. När det gäller distribution av fysiska läromedel är Läromedia den största aktören. Läromedia har 270 kommuner som kunder, levererar böcker från fler än 2000 förlag och omsätter drygt en miljard. Läromedia säljer dock både fysiska och digitala läromedel och det är möjligt att få licenserna för inköpta digitala läromedel direkt levererade till Skolon.

I oktober 2022 offentliggjordes att Skolon, som en av tre leverantörer, fått tilldelningsbeslut i det nationella ramavtalet "Digitala läromedel 2022". Övriga leverantörer var Atea och Läromedia bokhandel. Den nya ordningen innebär att det tidigare gällande ramavtalet "Läromedel 2017" ersätts med två avtal, ett som reglerar tryckta läromedel och ett som reglerar digitala läromedel och kombinationsprodukter med både digitalt och tryckt pedagogiskt material. Det är i dagsläget inte möjligt att fullt ut överblicka de praktiska konsekvenserna av ramavtalen, som ska träda ikraft den 1 februari 2023, men det kan i vart fall kan konstateras att konkurrensen i distributionsledet ökar.

Som framgått, måste dagens svenska läromedelsmarknad - trots digitaliseringens breda genomslag inom utbildningsområdet - beskrivas som relativt stabil vid en jämförelse med närliggande innehållsmarknader. Trots detta återfinns man samtliga de affärsmodeller som etablerats på övriga innehållsmarknaden, låt vara i mycket varierande utsträckning. T.ex. kan lärares - ofta icke-kommersiellt motiverade - publiceringar av klipp på YouTube ändå sägas utgöra ett embryo till en reklamfinansierad del av läromedelsmarknaden. På högskoleområdet finns också exempel på en "all you can eat-modell", *Booksquare*, där användaren ges tillgång till ett bibliotek av kurslitteratur mot en månads- eller årskostnad. I skrivande stund är tjänsten dock mycket begränsad.

För digitala produkter är modellen med licenser under visst tidsintervall dominerande, även om de närmare villkoren, t.ex. vad gäller licensperioder, varierar något mellan producenterna. Licensieringen sker både på verksnivå och på "paketnivå" och det förekommer både stycklicensiering av enskilda verk till enskilda elever och bredare skollicensiering. Det saknas en entydig generell förklaring till vad som bestämmer valet av affärsmodell för de olika aktörerna. Snarast verkar det vara en kombination av efterfrågan från kunderna, som kan variera från huvudmän till enskilda lärare, och lång- eller kortsiktig försäljningsstrategi hos förlaget.

Värt att notera är att även skollicenser för en verkskatalog som prissätts per elev och år rabatteras, men då i förhållande till t.ex. antalet elever.

Applösningar som t.ex. ovan nämnda Albert erbjuds som en abonnemangstjänst i en basversion och en premiumversion. Prismodellen är väletablerad på appmarknaden, men återfinns inte på närliggande marknader. Målgruppen är föräldrar till barn i skolåldern. Dock finns också möjligheter för skolor att teckna abonnemang för elevernas användning.

Trots att alltså de mer beprövade affärsmodellerna dominerar läromedelsmarknaden upplever branschföreträdarna en *prispress* på digitala läromedel. Dagens prisnivåer bedöms av förlagsföreträdarna inte vara långsiktigt hållbara, givet att framförallt hybrid- eller kombinationsläromedlen – där förlagen alltså kan sägas producera dubbla produkter - blir allt vanligare och de mycket stora investeringar som gjorts och alltjämt görs i systemuppbyggnad måste hämtas igen. Förklaringen sägs endast delvis ha att göra med försämrad ekonomi hos kunderna. Istället anses prissättningsproblematiken i stor utsträckning vara självförvållad, med alltför vidlyftig användning av rabatter och – under pandemin – gratiserbjudanden som urholkar betalningsviljan hos kunderna. Det ökade fokuset på rabatteringar förklaras med att ett antal starka mellanhänder etablerat sig på marknaden, en allmän priskonkurrens i branschen, att huvudmännen oftare än förr samordnar sina inköp och ställer krav i upphandlingarna (det senare gäller i synnerhet just digitala läromedel) och att säljkåren fokuserat på helhetslösningar snarare än enskilda delar av sortimentet. Till detta ska läggas att det idag finns en aktör, NE.se, som har låga priser som sitt viktigaste konkurrensmedel.

På högskoleområdet är situationen annorlunda, av flera skäl. För det första är efterfrågan på digitala e-bokslösningar är mycket begränsad. Istället är det pappersböckerna som fortsatt dominerar intäktsmässigt. Eftersom den litteratur som är obligatorisk alltså därmed blir en s.k. ”must have-produkt” skulle detta kunna innebära att den mest påtagliga priskonkurrensen uppkommer i förhållande till piratmarknaden. Enligt uppgifter från branschföreträdare är detta dock inget stort problem i dagsläget, trots att den absoluta merparten av litteraturen finns tillgänglig på t.ex. fildelningssajter. Istället är det stora hotet begagnatmarknaden, som medför stora inkomsttapp för förlagen. Det får förmodas att en ökad användning av e-böcker i högskolesektorn skulle kunna medföra en ännu större problematik med en växande begagnatmarknad. Samma strukturer gäller dock för bibliotek, vars ”utlåning” av e-böcker uppenbart har potential att skada marknaden väsentligt. Vad gäller både begagnatmarknaden och biblioteksfalet finns idag EU-domstolsavgöranden som ger förlagen ett rättsligt skydd mot en oönskad och tydligt marknadsskadlig distribution av e-böcker från privatpersoner eller bibliotek. Rättsläget är emellertid i vissa delar fortsatt oklart och det pågår en tämligen livskraftig diskussion inom både den politiska och juridiska sfären om att sådana möjligheter borde kunna erbjudas. Skulle biblioteken ges möjligheter till digital utlåning till låga kostnader, bedöms detta kunna medföra mycket stora skadeverkningar för branschen.

Även om piracy alltså inte beskrivs som ett stort problem för läromedelssektorn, finns en uppenbar konkurrens med andra typer av lågpris- eller gratismaterial. Här kan nämnas både material som lärarna själva tar fram och den ökande förekomsten av gratismaterial som publiceras på Youtube, Wikipedia och andra plattformar, inte sällan framtaget av lärare också det. I takt med att kvaliteten på materialet blir allt bättre kan påverkan på läromedelsmarknaden förväntas bli större. Branschföreträdarna förefaller i dagsläget inte speciellt oroad för utvecklingen, i huvudsak då dagens läromedelsproducenter har väl etablerade varumärken som borgar för trovärdighet och kvalitet. En utveckling mot ökat fokus på pris istället för kvalitet skulle dock potentiellt kunna påverka prissättningen av högkvalitativa läromedel, i synnerhet i takt med att kvaliteten på det självpublicerade materialet ökar. Vad gäller lärarnas egen framställning av undervisningsmaterial finns dock goda möjligheter att parera utvecklingen genom kollektiv rättighetsförvaltning, där både prissättning och övriga licensvillkor kan utgöra viktiga redskap även i framtiden.

Digitaliseringen har även påverkat *författarrollen*. Utgivningen beskrivs som i hög grad förlagsstyrd till skillnad mot tidigare då författaren hade större inflytande över läromedlens utformning. Den förändrade rollen är framförallt relaterad till de ökande kraven på regelbundna uppdateringar, även om situationen varierar stort mellan olika ämnen, etc. På ett generellt plan förefaller det dock råda konsensus om att författarnas insats är avsevärt större idag än tidigare och den löpande kontakten mellan författare och förlag under ett verks livstid är normalt sett mer intensiv än tidigare. Idag uppges det också vara mer vanligt förekommande att författare arbetar i team.

Vad så gäller de *ersättningsmodeller som tillämpas i förhållande till författarna*, står den traditionella royaltymodellen mycket stark. Royaltymodellen borgar för en form av riskdelning, som sannolikt även fortsatt måste betraktas som attraktiv på en liten marknad som den svenska. Däremot har det ökande fokuset på rabatteringar gjort att förlagen i huvudsak försöker lämna strukturen med f-prisbaserad royaltyunderlag, för att istället använda förlagets nettointäkter som royaltyunderlag.

Förutom royaltymodellen finns också aktörer som i mer eller mindre stor utsträckning friköper rättigheter till engångsbelopp. Det är framförallt NE, som utvecklat digitala läromedel sedan 2015, som tillämpar denna typ av ersättning. NE erbjuder heltäckande digitala läromedel för grundskola och gymnasium. Samtidigt är den gängse uppfattningen i branschen att NE i första hand konkurrerar med pris, snarare än med kvalitet. En förutsättning för att kunna kombinera låga priser mot konsument med engångsersättningar är, i vart fall för en marknad som den svenska, att ersättningarna är låga. NE har enligt uppgift löst ekvationen genom att knyta till sig lärare och i stor omfattning slå ihop

författarrollen med redaktionsrollen. På så vis påminner upplägget om det som under perioder varit vanligt förekommande inom mindre aktörer på tidnings- och tidskriftssidan.

1.3 SLUTSATSER OCH FRAMTID

Som framgått, har digitaliseringen redan idag fått stort genomslag på läromedelsmarknaden. Trots detta har det traditionella ekosystemets för framställning och distribution inte påverkats strukturellt i samma utsträckning som andra innehållsmarknader. Istället har digitaliseringen i huvudsak utnyttjats som verktyg för traditionella aktörer, vilket gör att den hittillsvarande utvecklingen i branschen ändå får betraktas som förhållandevis stabil. Anledningarna till detta är flera och det kan i detta sammanhang vara värt att notera att dagens svenska läromedelsmarknad skiljer sig från de övriga behandlade innehållsmarknaderna på flera sätt som är, eller kan komma att bli, betydelsefulla för den förväntade marknadsutvecklingen. De viktigaste torde vara följande:

- Läromedelsmarknaden konkurrerar inte lika direkt med ”en upplevelsemarknad som tävlar om konsumenternas fritid” som film, musik och allmänlitteratur.
- De traditionella aktörerna har fortsatt en mycket stark position på marknaden.
- Kunderna är inte slutkonsumenterna. Kunderna är inte privatpersoner.
- Kvalitetsaspekten är oftast mer central i förhållande till kvantitet och pris.
- Läromedel är förhållandevis dyra och komplicerade att framställa.
- Utbudet är beroende av politiska beslut.
- Det går inte att bygga upp stora rättighetsdatabaser baserade på redan finansierad backlist. Innehållet måste uppdateras och hållas aktuellt för att var attraktivt.
- Författarna uppdaterar sina verk, vilket förutsätter långvariga och nära samarbeten.
- Duktiga författare anses idag vara en bristvara.

Ovanstående faktorer gör att det finns anledning att vara försiktig med alltför kategoriska jämförelser med närliggande innehållsmarknader. Denna åsikt tycks delas av förlagen, som framstår som mycket väl medvetna om branschens särart. Däremot förefaller det finnas andra aktörer, både kommersiella och offentliga, som inte har samma fokus på läromedelsbranschens särdrag.

För att kunna bibehålla en fortsatt livskraftig innehållsmarknad som klarar av att på sikt fortsätta finansiera högkvalitativt innehåll, är naturligtvis *prissättningen* av helt avgörande betydelse. Digitala affärsmodeller diskuteras dock

förvånansvärt ofta – i synnerhet av nya branschaktörer och politiker - utan att beröra frågan om det pris de potentiella konsumenterna skulle vara villig att betala, eller de faktiska intäkter som skulle kunna genereras på annat sätt. Angreppssättet har visat sig vara mycket skadligt för möjligheterna att tillskapa eller bibehålla ekonomiskt hållbara ekosystem för innehållsproduktion. Erfarenheterna från närliggande områden är snarare att prissättningen av digitalt innehåll i långa stycken fortfarande måste beskrivas som dysfunktionell. Det faktum att prissättningen av digitala tjänster mot konsumentområdet i så stor utsträckning påverkats av förekomsten av gratisalternativ – oavsett om det rör sig om piratprodukter, annonsfinansierade tjänster eller annan form av kostnadsfri tillgång – och riskkapital har gjort att det än idag torde vara mycket svårt för en svensk aktör att ta ut tillräckligt höga priser av konsumenten för att kunna långsiktigt finansiera högkvalitativt innehåll. I sammanhanget finns anledning att notera att förekomsten av stora verkskataloger, som redan inhämtat sina produktionskostnader och som till mycket stor del bestod av verk som inte längre tillmättes något kommersiellt värde, har haft stor betydelse för att kunna göra de digitala innehållstjänsterna mer attraktiva för konsumenterna. Det har alltså varit fråga om en ”råvarutillgång” som lite tillspetsat kan sägas ha varit kostnadsfri.

Dagens struktur på läromedelsmarknaden har ytterligare en väsentlig fördel i förhållande till närliggande marknader. Den ekonomiskt relevanta produktutvecklingen sköts av traditionella aktörer, vilket gör att det finns goda möjligheterna att upptäcka och parera kannibaliseringstendenser mellan olika typer av produkter eller tjänster. Dessutom innebär de satsningar på teknikuppbyggnad som förlagen gjort att det finns stora investeringar att försvara. Det får därför förutsättas att eventuella nya digitala produkter tas fram med tämligen välgrundade och realistiska affärsplaner i botten. Det faktum att läromedelsmarknaden inte är någon konsumentmarknad, gör också att förutsättningarna för att kunna hålla uppe priserna trots allt blir väsentligt bättre än på närliggande områden. Exponeringen mot renodlade ”all you can eat-modeller” à la Spotify blir dessutom mindre påtaglig. Trots att det för pedagogerna kan framstå som mycket attraktivt att få enkel tillgång till ett brett utbud av läromedel, framstår det som väsentligt lättare att få förståelse för olika prissättningsmekanismer i relationen med professionella aktörer än med slutkonsumenter. Liknande erfarenheter går att dra från närliggande marknader, där business-to-business-segmenten ofta har den mest långsiktigt hållbara prissättningen inom respektive marknad. Modellen har möjligtvis en viss relevans på högskoleområdet, men då enbart för en mycket begränsad del av studietiden, t.ex. vid uppsatsskrivande. Det ska dock påpekas, att den förskjutning som skett på det digitala området, där inköpen i ökad utsträckning samordnas av huvudmännen, med minskat inflytande för den enskilde pedagogen, också har

negativa effekter för prissättningen av läromedel i allmänhet och prissättning av läromedel av hög kvalitet i synnerhet.

Inte heller de bundlingsaffärer som utgjort och alltjämt utgör en central del av nyrekryteringen till strömningstjänster på både ljud- och bildområdet, förefaller utgöra något riktigt realistiskt alternativ på läromedelsområdet i stort. Digital hårdvara har redan i dagsläget fått stort genomslag i undervisningssektorn och sättet att använda läromedel över tid, i kombination med den kostsamma innehållsproduktionen gör att denna typ av affärer lämpar sig sämre för läromedelssektorn än för andra sektorer.

Trots att risken för att en ny tjänst av Spotify- eller Storytel-modell skulle etablera sig på den svenska marknaden får bedömas som liten, bör ändå en varning utfärdas för att en aktör som har avtalsmässigt utrymme att erbjuda en mer eller mindre komplett innehållskatalog skulle kunna finna det attraktivt med bundlingsaffärer eller andra typer av gratiserbjudanden, eller erbjudanden med kraftigt reducerade priser. Detta skulle dock sannolikt kräva en påtaglig ekonomisk uthållighet, då erfarenheterna från samtliga övriga beskrivna innehållsmarknader visar att den s.k. konvertering som oftast är innehållsleverantörens mål vid t.ex. bundlingsaffärer, d v s att kunden efter den avslutade gratisperioden ska fortsätta abonnera på tjänsten till fullpris, kan vara mycket svår att uppnå på kort sikt. Dessutom kan ifrågasättas om en sådan strategi verkligen kan anses hållbar över tid, då läromedelssidan saknar den överproduktion av egenfinansierat innehåll som finns på till exempel musik- och litteratursidan. Även om man helt bortser från kvalitetsaspekten torde det alltså vara svårt att pressa upphovspersonernas ersättningar i en sådan utsträckning att "lågprisalternativet" blir långsiktigt hållbart för hela den upphovsrättsliga näringskedjan. En annan sak är att egenproducerat innehåll på t.ex. Youtube kan sägas utgöra en kompletterande marknad som kan bidra till en ökad prispress även på andra digitala lärresurser. Risken för en kraftigt ökad professionalisering av privatpersoners innehållsproduktion på plattformarna ska emellertid inte överdrivas, då inte minst språkliga begränsningar gör att läromedel blir svårt att kommersialisera utifrån de villkor som gäller på delningsplattformarna idag.

Vid en jämförelse med andra innehållsmarknader har som framgår nedan etableringen av en stark aktör närmast slutkunden varit en viktig katalysator för de förändringar av marknaden som digitaliseringen inneburit, oavsett om det rör sig om en helt ny aktör eller en redan etablerad branschaktör som på grund av digitaliseringen kunnat tillskansa sig en dominerande marknadsposition. För läromedelsmarknaden finns ett intressant historiskt exempel i form av den amerikanska tjänsten Vital Source, som gjorde en framstöt i Sverige under åren 2017–2018. Etableringen avbröts dock, sannolikt till följd av en underskattning av antalet förhandlingsmotparter på den svenska marknaden. Den aktör på

läromedelssidan som idag ligger närmast till hands att jämföra med är Skolon. Det faktum att de mest centrala läromedelsförlagen nu valt att samarbeta med Skolon gör att förutsättningarna att nå en sådan position tycks finnas. De långsiktiga konsekvenserna av detta är naturligtvis svåra att bedöma i nuläget, men det kan konstateras att Skolon rent strukturellt måste betraktas som ytterligare en mellanhand i förhållande till förlagens direktförsäljningsplattformar. Frågan om hur detta rent ekonomiskt kommer att falla ut bedöms i huvudsak bli en fråga om marknadsmakt. Det kan dock noteras, att förekomsten av en stark mellanhand regelmässigt lett till minskade marginaler för underleverantörerna (d v s förlag och andra producenter), beroende på gradvis ökade anspråk vad gäller t.ex. rabatterings- eller ersättningsvillkor. Det finns såvitt jag erfarit ännu inga exempel från andra sektorer på att detta kunnat kompenseras genom prishöjningar i förhållande till kund, utan motiven för producentledet har varit a) att man bedömer att man "måste" finnas på plattformen, b) att plattformen möjliggör kostnadsbesparingar i form av minskad administration eller teknikutveckling eller c) att plattformen når nya kundgrupper och ökar försäljningen totalt. Det finns dock också gott om exempel på plattformar som tappat centralt innehåll då innehållsleverantörerna dragit tillbaka sina verkskataloger. Dessutom kan erinras om att det inte är ovanligt att starka rättighetshavare förvärvar hela eller delar av mellanhänder i ett skede då de senare börjar få en alltför stark marknadsposition. Som det nedan beskrivna fallet Storytel-Norstedts visar, finns också exempel på motsatsen. För upphovspersonernas del finns i sådana fall en överhängande risk för minskad transparens och generell sjunkande intäkter.

I övrigt är det svårt att se någon omedelbar risk för att en ny eller redan etablerad aktör inom överskådlig tid skulle kunna få en så stark marknadsposition att de tongivande affärsmodellerna skulle bli väsentligt mindre relevanta. Med andra ord kan den fortsatta marknadsutvecklingen förmodas ske i ett förhållandevis modest tempo, de ovan beskrivna branschförändringar som skett under året till trots. Det finns emellertid anledning att noga följa även de idag mindre kommersiellt intressanta aktörerna, då förekomsten av mer eller mindre komplett bakomliggande teknisk infrastruktur gör att ledtiderna mellan idé och lansering på marknaden kortas.

En ytterligare tendens som kan komma att få ökad praktisk betydelse på marknaden är konkurrensen med gratismaterial enligt beskrivningen ovan. En motkraft skulle naturligtvis kunna vara ett ökat fokus på kvalitet i utbildningssektorn, antingen från politiskt håll, eller från marknaden i form av elevernas skolval, men det är som nämnts svårt att bedöma denna utveckling i nuläget, i ljuset av den relativt nyligen tillträdde regeringen och en förväntad lågkonjunktur.

Konsekvenserna av ovanstående kan *sammanfattningsvis* sägas vara att läromedelsmarknaden idag haft en förhållandevis stabil transformation in i digitaliseringen. Det faktum att de traditionella förlagen varit så centrala för att driva utvecklingen har inneburit att de befintliga affärsmodellerna har varit värda att slå vakt om och bibehålla och att utrymmet för spekulation därför varit mindre på läromedelsområdet än på närliggande områden. Eftersom de traditionella förlagens grundaffär är beroende av stadiga inkomster och då skalbarhet till globala marknader inte ses som ett realistiskt alternativ, har heller inte den prisdumpning som kan iakttas på hela eller delar av de närliggande marknaderna fått genomslag på läromedelssidan. Det finns dock en oro hos delar av sektorn att "lågprisprodukter" av sämre kvalitet ska vinna marknadsandelar, i synnerhet om huvudmännens ekonomi blir påtagligt sämre i en lågkonjunktur. Här kommer sannolikt konsekvenserna av Läromedelsutredningen att bli centrala för den fortsatta utvecklingen. En ökande politisk eller kommersiell press på huvudmännen att tillhandahålla läromedel av hög kvalitet kan komma att motverka sådan prisdumpning och t.o.m. öka intäkterna för rättighetshavarna. Framväxten av mycket starka mellanhänder kan dock komma att helt eller delvis förta effekten för rättighetshavarna av en sådan utveckling. Avsaknaden av marknadspåverkande piracy och det faktum att läromedelsidan inte konkurrerar med innehållstjänster för privat bruk får också betraktas som viktiga faktorer för möjligheterna att upprätthålla en rimlig prisnivå. Den ökande förekomsten av rabatteringar som flera aktörer vittnar om och de gratislicenser som erbjudits under pandemin riskerar dock att innebära en fortsatt ökad prispress och flera av de intervjuade uttrycker oro för att branschen själva ska vara drivande i en sådan utveckling. För att åstadkomma - eller bibehålla - ett kvalitetsfokus vid läromedelsinköp anser flera marknadsaktörer att det är centralt att det är lärarna som även framgent ges huvudansvaret för att välja vilka läromedel som ska användas i undervisningen.

Det har tidigare funnits hinder för att attrahera riskkapital till läromedelsbranschen, i form av att det rör sig om en liten, nationell marknad med höga krav på uthållighet för att kunna återhämta insatserna. Samtidigt finns möjligheten att de förhållandevis stabila intäkter som genereras av segmentet kan bli mer attraktivt i dagens turbulenta marknad, på liknande sätt som det som idag gäller för äldre låtkataloger på musikområdet. Förlagssidan förefaller dock bedöma risken för att nya, starka, utländska aktörer ska etablera sig på den svenska marknaden som låg. Skulle en sådan etablering ske, får det förmodas att det i första hand sker på tekniksidan, snarare än på innehållsmarknaden.

Vad så gäller relationen mellan producent- och upphovsmannaleden kännetecknas marknaden av det krav på regelbundna uppdateringar av läromedlen som saknar motsvarighet inom andra undersökta branscher. Detta leder i sin tur till att samarbetet mellan upphovspersonen och producenten blir tätt och av

nödvändighet också i normalfallet mer långvarigt än på övriga delar av innehållsmarknaden. Utan att närmare gå in på de ibland komplexa detaljerna i avtals- och ersättningshänseende som samarbetsformen kan föranleda, kan konstateras att royaltymodellen ändå kan förväntas bli den fortsatt dominerande ersättningsformen på den svenska marknaden.

Även om man ofta frånar producenthåll – i synnerhet i nuläget, då DSM-direktivet (se nedan under p. 2.1) implementeras i svensk lag – understryker att den osäkerhet som är förknippad med att inte fullt ut äga det innehåll man investerar i ses som problematisk, finns lite som talar för att alternativet att *anställa* författare och andra upphovspersoner skulle vara ett realistiskt alternativ för den svenska marknaden. Det är svårt att se att det skulle vara ekonomiskt försvarbart för traditionella läromedelsförlag att ådra sig de kostnader och det ansvar en sådan ordning skulle innebära. Dessutom kan konstateras att även anställda kommer att omfattas av de nya upphovsrättsliga avtalsreglerna. Upplägget förekommer heller inte som standard på den rent kommersiella textmarknaden i Sverige, annat än på delar av journalistområdet och – i begränsad mån – för nischad facklitteratur inriktat mot näringslivet. Det torde dessutom finnas kvalitets- och aktualitetsaspekter som får förmodas tala mot att producentledet i ökad utsträckning skulle anställa upphovspersoner. Däremot är trenden mot bredare och mer långtgående rättighetsupplåtelse tydlig på samtliga innehållsmarknader. Detta gäller oavsett om ersättningen till kreatören utgörs av engångsbelopp eller beräknas i form av royalty. Den kommande implementeringen av DSM-direktivet kan dock sannolikt komma att motverka denna utveckling. En fortsatt och intensifierad dialog mellan upphovsmanna- och förlagssidan kommer förmodligen att bli väsentlig under överskådlig tid, för att undvika att det nya regelverket leder till oönskade effekter för de inblandade parterna.

För att en fortsatt dominerande royaltymodell ska kunna leda till bibehållna eller förbättrade möjligheter till försörjning för läromedelsförfattarna, måste naturligtvis också tillräckligt stora intäkter genereras och flöda ner till de enskilda upphovspersonerna. Till skillnad från förlag eller andra producenter har upphovspersonerna ett väsentligt mindre utrymme att kompensera intäktstapp på t.ex. ett läromedel, med ökade intäkter på ett annat. Upphovspersonerna kan inte heller dra omedelbar nytta av effektivitetsvinster eller minskade kostnader för teknik eller administration på samma sätt som en producent och kan inte heller kompensera sig genom att följa med på eventuella uppgångar i nya distributörers börsvärden. I nuläget framstår det därför som helt centralt för författarkollektivet att de strukturer som etablerats vad gäller tryckta läromedel så långt möjligt bibehålls även i den digitala miljön, då ingen av de alternativa modellerna som behandlats ovan bedöms kunna generera samma typ av intäkter till författarna, oavsett om man tittar på individuella författare eller gruppen som

helhet. En annan sak är att förlagsavtalen kan behöva anpassas till den nya situationen.

Flera intervjuade personer beskriver att bra läromedelsförfattare utgör en bristvara och att förlagen därför är oerhört angelägna att bibehålla fungerande författarsamarbeten. Flera vittnar också om att det har blivit vanligare att föreslagna royaltynivåer justeras uppåt efter diskussioner mellan författare och förlag. Trots detta finns det inga entydiga uppgifter om att intäkterna för läromedelsförfattare skulle ha ökat i generella termer. Givet att ersättningen utgår i form av royalty, är det emellertid svårt att dra några slutsatser av uppgifterna. Det kan dock noteras, att ett ökat fokus på innehåll av hög kvalitet innebär att upphovspersonernas ställning stärks. Likande utvecklingstendenser finns på såväl journalistområdet som för kreatörer på filmområdet, men kan göra sig särskilt starkt gällande på läromedelsområdet, då utbildningsfrågorna får konstateras ha en väsentligt större samhällspåverkan än kulturfrågorna.

2. NÄRLIGGANDE MARKNADER

2.1 INLEDNING

För att kunna bedöma digitaliseringens konsekvenser för läromedelsmarknaden finns anledning att göra jämförelser med närliggande marknader, som i vart fall vid ett första påseende har en eller flera gemensamma nämnare med läromedelssektorn. En personlig reflektion är att jämförelser mellan marknaderna tenderar att påverka olika aktörers föreställningar och praktiska agerande, även i fall där förutsättningarna skiljer sig åt på väsentliga punkter. Även av detta skäl finns alltså anledning att behandla närliggande marknader. Nedan följer därför en sammanfattande redogörelse för hur digitaliseringen hittills har påverkat marknaderna för musik, film och allmänlitteratur. Utgångspunkten för redogörelsen är den svenska marknaden, där inget annat uttryckligen anges.

Samtliga undersökta marknader har naturligtvis genomgått signifikanta förändringar till följd av digitaliseringen, men graden av påverkan på affärsmodeller och konsumtionsmönster varierar kraftigt mellan de olika branscherna. Å ena sidan finns fenomen som är likartade för samtliga branscher, å andra sidan uppvisar de stora skillnader i flera viktiga avseenden. För vissa av branscherna har utvecklingen gått snabbt och man har i dagsläget nått en mognadsgrad som gör det lättare att bedöma den närmaste framtiden. Samtidigt kan ingen av de undersökta branscherna påstås ha nått en sådan stabilitet att utvecklingen på längre sikt blir överblickbar.

Vad gäller de gemensamma nämnarna för samtliga undersökta marknader, kan inledningsvis konstateras att *tillgången till riskkapital* och entreprenörskap har medfört att helt nya aktörer etablerat sig på samtliga undersökta marknader. Det faktum att dessa inte har en traditionell affärsmodell att försvara har medfört att deras inträde har fått stor effekt på respektive område, antingen genom ett faktiskt genomslag på marknaden (Spotify) eller genom en – mer eller mindre välgrundad – påverkan på de traditionella marknadsaktörernas syn på marknadsutvecklingen. Som exempel på det senare förhållande är den diskussion som under lång tid präglade bokbranschen rörande e-böckernas plats på marknaden. Diskursen startade redan i mitten av 1990-talet och fick stora konsekvenser för inte minst relationen mellan upphovspersonerna och förlagen, trots att e-bokens egentliga påverkan på den allmänlitterära marknaden under lång tid var ytterst marginell.

Kännetecknande för flertalet innehållsmarknader har sedan lång tid varit en ökad s.k. *vertikal integration*, d v s en strävan efter att kontrollera hela, eller stora delar av produktionsprocessen från skapande av innehåll, via produktionsledet till

återförsäljarledet. Digitaliseringen kan generellt sägas ha drivit på denna process ytterligare. De aktörer som ligger närmast konsumenterna, genom att t.ex. ha ett stort antal lojala användare av sin tjänst, har idag generellt mycket starka positioner på marknaden. Detta avspeglar sig inte minst i förhandlingsstyrkan gentemot underleverantörer. Dessutom gör närheten till slutkonsumenten att tillgången till användardata blir bättre, något som ofta ansetts som lika värdefullt som affärsmodeller som är långsiktigt hållbara ur ett mer strikt ekonomiskt perspektiv. Vissa av de traditionella uppdelningarna mellan olika etablerade aktörer har också luckrats upp till följd av förändringar i konsumtionsmönster och affärsmodeller. Som exempel kan nämnas att Youtube idag är en mycket stor aktör på musikmarknaden även utanför det audiovisuella området och att Spotify under senare år investerat stora belopp för att stärka sin position på podcastmarknaden och nyligen också förvärvat den amerikanska ljudboksplattformen Findaway. En konsekvens av den starka position som närheten till slutkunden ger är en ökad tendens att producera innehållet själv. Detta har delvis att göra med det faktum att det kan finnas besparingar att göra beträffande transaktions- och produktionskostnaderna, men på vissa områden är det framförallt möjligheterna att kontrollera och skräddarsy innehåll för att kunna säkerställa kundlojalitet genom att erbjuda unikt innehåll, som varit drivande för utvecklingen.

En annan generell effekt av digitaliseringen, är de ökade svårigheterna att kunna följa intäktsflöden, i synnerhet för upphovspersoner och andra aktörer högre upp i produktionskedjan. Detta kan framstå som paradoxalt då just möjligheterna att få tillgång till användningsdata utgör en central del av digitaliseringens konsekvenser. Orsakerna är emellertid flera. Det saknas t.ex. fortfarande kompletta och enhetliga bransch- och gränsöverskridande databaser över de enorma mängder äldre verk som alltjämt används. Till detta ska läggas att nya affärsmodeller hos framförallt streamingtjänster och det fokus på tillväxt som rått under lång tid kommit att innebära att exempelvis användningen av s.k. bundlingsaffärer och provabonnemang ökat i omfattning. Detta är i sin tur intimt sammankopplat med att finansiering skett i form av riskkapital. Det faktum att användar- och användningsdata under senare år tillmätts ett mycket stort värde av framförallt teknikföretag spelar sannolikt också en viktig roll för utvecklingen. Den enskilt viktigast faktorn torde dock vara den skillnad i förhandlingsstyrka som inte minst de globala plattformarnas inträde på marknaderna kommit att innebära, vilket också föranlett lagstiftningsåtgärder i form av DSM-direktivet.² DSM-direktivet, som förväntas bli gällande rätt per den 1 januari 2023, syftar till att skapa en bättre fungerande digital inre marknad. Som ett led i detta innehåller direktivet bl.a. ett antal bestämmelser som ska stärka

² Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/790 av den 17 april 2019 om upphovsrätt och närstående rättigheter på den digitala inre marknaden och om ändring av direktiven 96/9/EG och 2001/29/EG.

upphovspersonernas ställning som avtalspart, däribland regler för att säkerställa ökad transparens i förhållande till producent- och – i någon utsträckning - återförsäljarledet.

Trots att just innehållsmarknaden – där den skyddade produkten i hög utsträckning är immateriell – varit särskilt påverkad av digitaliseringen, ska det understrykas att det ändå finns förvånansvärt få exempel på traditionella aktörskategorier som hittills helt misslyckats med att anpassa sin affär till den nya digitala marknaden. Bland de drabbade är det i huvudsak aktörer med en mycket specifik roll i återförsäljarledet (fysisk bok- och skivhandel, videouthyrare) eller i tillverkningsledet (produktion av CD och DVD) som drabbats av konsekvenserna av digitaliseringen. Samtidigt kan konstateras att det finns minst sagt tydliga vinnare även från dessa segment. Netflix började t.ex. som uthyrare av fysiska DVD-filmer och Amazon började som en ren nätbokhandel.

Jag har vid min genomgång av de närliggande marknaderna försökt sammanfatta de trender och fenomen som jag uppfattar kan vara av störst betydelse för möjligheterna att bedöma tänkbara framtidsscenarion för läromedelsområdet. En diskussion som är helt central för de marknader som riktar sig mot konsument är den som rör ”kampen om tiden”. Enkelt uttryckt kan sägas att denna kretsar kring konkurrensen om de timmar på dygnet då konsumenten kan ägna sig åt innehållskonsumtion, t.ex. i form av musik eller ljudböcker, alternativt film eller tv-spel, etc. Frågan torde ha marginell betydelse för läromedelsmarknaden, men är helt central för förståelsen av hur de olika branscherna interagerar, och förtjänar därför ändå att nämnas i detta sammanhang.

2.2 MUSIKMARKNADEN

Musikmarknaden kan sägas vara den marknad som tydligast påverkats av digitaliseringen. Den var också den första marknaden att genomgå en omstöpning och kan därför beskrivas som den mest ”mogna” innehållsmarknaden. Trots detta och trots att musikkonsumtionen generellt sett bedöms ha ökat under 2000-talet, är rättighetsintäkterna i musikbranschen ännu inte uppe i de nivåer som rådde innan digitaliseringen gjorde sitt intåg.

Musikbranschen är i mycket stor utsträckning präglad av kollektiv rättighetsförvaltning. STIM etablerades t.ex. redan 1923 och har idag ömsesidighetsavtal med mer än 120 förvaltningsällskap i andra delar av världen. Licensieringen karaktäriseras också av icke- exklusivitet, då musiken konsumeras om och om igen på ett sätt som avviker kraftigt från t.ex. bok- eller filmmarknaden. Samtidigt är systemet mycket komplext och trögrörligt, vilket naturligtvis kan vara både positivt och negativt, beroende på situation.

De kollektiva förvaltningssällskapen har en – i vart fall traditionellt – självklar roll som möjliggörare, vilket också ger ett naturligt marknadsinflytande som gjort att kreatörerna haft en jämförelsevis stabil ställning under lång tid – i vart fall på gruppnivå. Situationen är emellertid långt mindre stabil idag, där förekomsten av avtal som avviker från de traditionella fördelningsreglerna är mer utbredd än tidigare. Till viss del beror detta på att nya aktörer på marknaden lyckas genomdriva nya villkor, i huvudsak i form av friköp (jfr. t.ex. Epidemic Sound, amerikanska streamingtjänster, spelindustri). I många fall betraktas dock ersättningsnivåerna i denna typ av uppgörelser som attraktiva för upphovspersonerna.

Generellt kan sägas att musikmarknaden idag är en direkt konsekvens av den mycket utbredda piratverksamheten som drabbade i första hand musiksektorn, med start redan under 1990-talet. Möjligheterna att komma till rätta med problemet var i praktiken mycket begränsade, inte minst till följd av den politiska laddning som frågan fick och de svårigheter som fanns att få till stånd verkningfulla sanktioner mot intrångsgörarna. Detta har i sin tur lett till att branschen *tvångats* att förändra sina affärsmodeller, d v s förändringen skedde utan att det egentligen var ekonomiskt försvarbart på annan grund än att upphovsrättsintrången nått en sådan omfattning att de riskerade att ödelägga stora delar av marknaden. Samtidigt finansierades de nya aktörerna av riskkapital, vilket gjorde att inte heller deras verksamheter behövde vara livskraftiga, i vart fall på kortare sikt. En tredje faktor som spelade in var att även äldre musik hade en viktig roll på marknaden, d v s det fanns tillgång till ”råvara” i form av äldre kataloger, där investeringskostnaderna redan var täckta. Resultatet blev en *prissättning* av innehållet mot konsument som kraftigt understeg kostanden (jfr den mycket fast etablerade prisnivån USD 9.99 för ett månadsabonnemang på Spotify). De större skivbolagen lyckades dessutom få ersättning i form av ägarandelar av t.ex. Spotify, vilket gjorde att värdetillväxten av bolaget kunde kompensera för delar av intäktstappet. Annorlunda uttryckt finansierades även delar av det traditionella ekosystemet under en period av riskkapital.

Den största förändringen som musikmarknaden genomgått kan sägas vara vilka aktörer som kommit att distribuera musiken till slutkonsumenten/lyssnaren. Idag är motparterna till t.ex. STIM i huvudsak jättelika internationella bolag i form av streaming- eller delningstjänster, vilket ställer mycket stora krav på musikbolag och förvaltningssällskap. Samtidigt har just STIM varit mycket förutseende och hanterar idag sin globala licensiering via ICE, ett joint venture mellan STIM och dess tyska och brittiska motsvarigheter GEMA och PRS. På detta vis stärks möjligheterna att få till stånd licensiering både till nya aktörer och på rimliga villkor. En förutsättning för detta har varit tillräckliga resurser att driva juridiska

processer och att göra nödvändiga – och mycket kostsamma – investeringar i teknik för bevakning och inkassering av rättighetsintäkter.

Digitaliseringen har påverkat även de traditionella aktörerna på området i mycket stor omfattning. Som exempel kan nämnas skivbolagen (numer ”musikbolag”) som tidigare hade en självklar roll som finansiär och tillhandahållare av den teknik och logistik som var nödvändig för att kunna spela in och ge ut musik. Idag är en mycket stor andel av den utgivna musiken i större eller mindre utsträckning inspelad av kreatörerna själva och musikbolagens affär är i stor utsträckning att tillhandahålla ett sortiment av olika tjänster, från att liksom förut agera finansiär för inspelning av skivor eller musikvideor till att sköta artisternas marknadsföring eller bevaka och inkassera ersättningar för musikanvändningen.

Även för de enskilda upphovspersonernas del har digitaliseringen medfört stora förändringar. Den tekniska utvecklingen har inneburit att kreatören har möjlighet att inte bara spela in och distribuera sin musik själv, utan också på ett enkelt sätt komma i kontakt med kreativa samarbetspartners utan några geografiska begränsningar. Med andra ord är det teoretiskt möjligt att själv ta hand om en stor del av de uppgifter som traditionellt gjort anlitande av producenter och andra led i näringskedjan oundgängliga. Utvecklingen är framförallt tydlig inom hiphopsegmentet, där den s.k. DIY (”do it yourself”)-kulturen är mycket utbredd. Trots detta finns, som framgått ovan, fortfarande en marknad för de traditionella aktörerna att på olika sätt bidra till kreatörernas verksamhet. Dessutom har en mängd nya aktörer etablerat sig på marknaden, som antingen försöker fylla nya behov som uppstått till följd av digitaliseringen eller som har en affärsidé som möjliggjorts av digitaliseringen. Det kan röra sig om allt från Auddly – en tjänst som hjälper låtskrivare att strukturera sina rättigheter vid kreativa samarbeten med andra låtskrivare – till musikinvesteringsappen Tangy Markets, som låter privatpersoner investera i andelar av en låt och på så sätt genererar ett slags ”förskott” till låtskrivarna. Ett annat illustrativt exempel är framväxten av s.k. aggregatorer, vars tjänster är en förutsättning för att kreatörerna ska kunna ladda upp och distribuera innehåll på streamingplattformar. Fler nya aktörer innebär i vart fall rent strukturellt att fler behöver dela på intäkterna av musiken.

Musikmarknaden har sedan introduktionen av streamingtjänster fått en mycket tydlig karaktär av s.k. ”*bestsellermarknad*”, där ett fåtal framgångsrika kreatörer gynnats av utvecklingen och kunnat öka sina intäkter markant, men där samtidigt en allt större andel av kreatörerna får allt svårare att försörja sig på inkomsterna från sitt skapande. Detta är särskilt tydligt i Sverige, som är ett av tre länder i världen som är nettoexportörer av musik. Bara USA har ett bättre exportratio än Sverige. Den svenska musikmarknaden måste därför beskrivas som i hög grad internationell, i betydligt större utsträckning än andra innehållsmarknader. Fördelningen av intäkterna är emellertid mycket ojämn och ett mycket litet fåtal

står för den absoluta merparten av intäkterna. I sammanhanget ska dock också noteras, att mängden musik som laddas upp på plattformarna idag är oerhört mycket större än tidigare, vilket naturligtvis också påverkar intäktsfördelningen.

Det finns flera samverkande faktorer som förklarar utvecklingen. En förklaring som ofta diskuterats är att det system för fördelning av royalties som tillämpas av många av de större aktörerna gynnar ett fåtal på bekostnad av andra. Det är framförallt den s.k. *royaltypool-* eller *pro rata-modellen*, där samtliga intäkter som ska fördelas som royalty samlas in och fördelas utifrån andelen av det totala antalet strömningar och *analogifördelning*, där fördelning i fall där rapportering om den faktiska användningen saknas eller är bristfällig görs genom analogier med andra fördelningsunderlag, som pekas ut som bovarna i dramat. Under lång tid har därför alternativa modeller för fördelning diskuterats, framförallt s.k. "*user centric-modeller*", där man istället försöker koppla royaltyn till den faktiska lyssningen hos den specifika kunden. På så vis förmodas även smalare kreatörer, men med en hängiven publik, kunna försörja sig på sitt skapande. Modellen påminner således mer om den traditionella modellen med försäljning av fysiska skivor. Det råder emellertid i dagsläget mycket delade meningar i branschen om en sådan modell i praktiken skulle leda till det önskvärda resultatet i någon större utsträckning, då bl.a. konsumtionsmönstren förändrats och modellen skulle kräva enorma investeringar i teknik.

Modellen med en royaltypool anses ha fördelen för plattformen att upphovsrättsersättningarna blir mer förutsägbara och att transaktionskostnaderna går ner. Det ska dock sägas att plattformarna även med denna modell inte är immuna mot att tvingas ersätta rättighetshavare även på annat sätt, genom mer eller mindre vanligt förekommande ad hoc-lösningar. Förekomsten av sådana lösningar varierar naturligtvis med förhandlingsstyrkan hos de inblandade parterna. Sådana lösningar får antas vara mer vanligt förekommande i situationer där rättigheterna upplåtes med exklusivitet. Å andra sidan finns också exempel på att modellen styr mot mer egenproducerat innehåll, eller att tjänsterna fylls med innehåll där rättigheterna i vart fall är friköpta eller "royaltyfria".

Vad gäller *intäkter* har den i detta sammanhang mest relevanta delen av marknaden, d v s den som handlar om den renodlade inspelade musiken (d v s inte musikanvändning i butiker, radio eller AV-produktioner) i huvudsak tre modeller. För det första sker fortfarande en mindre del av musikkonsumtionen genom köp av enstaka produktioner i form av t.ex. CD- och LP-skivor, eller genom nedladdning av digitala exemplar av låtar eller album. Den överlägset största modellen är sedan lång tid tillbaka abonnemangsmodellen, där kunderna betalar en månadskostnad för möjligheten att strömma och temporärt ladda ner musiken. Modellen bygger på att katalogerna ska vara mycket breda, vilket också

innebär att tjänsterna i huvudsak inte konkurrerar med unikt material, i vart fall inte vad gäller musik.³ Istället blir det breda utbudet en förutsättning för att över huvud taget vara relevant för konsumenten.

Digitaliseringen har alltså medfört att en mängd nya aktörer/mellanhänder försökt etablera sig på marknaden, med varierande framgång. Många av dessa har bakgrund i tekniksektorn och påtagligt många har genom åren haft affärsidéer som kraftigt underskattat komplexiteten i musikmarknaden som den kommit att se ut idag, både vad gäller rättighetsflöden och tillgången till den grundläggande data som är en förutsättning för många av de tjänster som gör anspråk på att fylla en funktion i värdekedjan. Å andra sidan finns också exempel på nya aktörer som haft tillräckliga finansiella muskler för att etablera sig på marknaden med nya koncept. Det tydligaste exemplet är Epidemic Sound, som har som grundläggande affärsidé att köpa in s.k. produktionsmusik för engångsbelopp och på så vis bygga en katalog av ”royaltyfri” musik som erbjuds till framförallt film- och tv-producenter och tv-kanaler. Ett viktigt försäljningsargument har varit ”enkel rättighetsklarering” där kunden slipper rapportera musikanvändning och kan känna sig trygg med att inte begå upphovsrättsintrång. Det senare har varit ett viktigt argument för inte minst innehållskreatörer på Youtube, vars system för rättighetshantering fått kritik för att vara trubbigt och rättsosäkert. Prissättningen mot kund får beskrivas som låg och bolaget uppvisar alltjämt kraftiga förluster, trots en omsättningsökning om 40 % - till 808 MSEK - år 2021. Tillgången till riskkapital har emellertid varit god och bolaget har senast i juni 2022 meddelat att de inte har något behov av ny kapitalanskaffning. Modellen har dock blivit hårt kritiserad av företrädare för framförallt låtskrivare för att ge alltför låga intäkter till upphovspersonerna samtidigt som prisnivån för musik urvattnas. Det senare har också varit skälet till att andra rättighetshavarkategorier valt att bibehålla sina äldre affärsmodeller. Samtidigt har STIM nyligen startat upp tjänsten Cora Music, som bl.a. ska konkurrera med Epidemic Sound om kundgruppen Youtubers. En förutsättning har varit att katalogen inte innehåller det mest kommersiellt intressanta musikinnehållet.

Musikbranschen har också på senare år hamnat i blickfånget för nya aktörer på finansmarknaden, vilket resulterat i att handel med verkskataloger som rena investeringsobjekt ökat under senare tid. Denna utveckling förväntas tillta i takt med en alltmer osäker marknad, då framförallt äldre kataloger med mycket kända artister betraktas som en stabil och säker investering. Undersökningar från 2022 visar att konsumtionen av äldre musik ökar, på bekostnad av nyare musik. Orsakerna är flera, men en naturlig konsekvens bör vara ett stärkt fokus på förvaltning av äldre kataloger.

³ Jfr dock t.ex. Spotifys satsning på unikt poddmaterial, mest uppmärksammat genom ett exklusivt avtal rörande podden ”The Joe Rogan Experience”.

Det ska avslutningsvis understrykas att *alternativa intäktskällor* har ökat i betydelse för många i branschen. Livesegmentet har exempelvis - före coronapandemin - uppvisat en stark utveckling, med kraftiga prishöjningar på biljetter och ökande biljettintäkter. Detta har även fått genomslag i kreatörsleden, trots att utvecklingen kan sägas ha motverkats av förekomsten av s.k. 360-avtal för artister, där alltså musikbolagen betingar sig ersättning på områden som traditionellt varit förunnade artisterna själva. Sådana avtal förekommer dock alltmer sällan idag. Även om utvecklingen också gynnat upphovspersonerna är det främst artisterna som kunnat dra nytta av segmentet, som utgjorde den enskilt största intäktskällan strax före pandemin.

2.3 FILMMARKNADEN

Digitaliseringen har på liknande sätt som på musikområdet påverkat filmmarknaden i grunden, framförallt vad gäller återförsäljarledet där den fysiska marknaden i dagsläget kan betraktas som försumbar. Även på denna marknad har utvecklingen av hårdvara spelat en viktig roll för konsumentbeteendet, men ur ett infrastrukturperspektiv har snarare de kraftigt förbättrade möjligheterna till streaming av de stora datamängder som krävs för filmkonsumtion varit det mest centrala för att driva på marknadsförändringarna.

Den svenska filmmarknaden har länge varit under mycket stark press från piracy, tidigare i form av fildelning genom sajter som The Pirate Bay, men idag i huvudsak från illegala IPTV-aktörer som har en mycket stark position på marknaden för film och TV. Förekomsten av piracy på filmområdet har påverkat prissättningen i förhållande till konsument i mycket stor utsträckning. Även den ovan beskrivna piratverksamheten på musikområdet får antas ha stor betydelse för etableringen av dagens prisnivåer, då abonnemangspriserna av nödvändighet behövt dimensionerats utifrån antagandet att kunderna inte skulle vara redo att betala väsentligt mer för streamingtjänster på AV-området än för musikstreamingtjänsterna.

Det faktum att film konsumeras i form av "engångstittande" har gjort film- och tv-sektorn särskilt sårbart för piracy. Samtidigt har det varit möjligt att öka priserna för visst premiuminnehåll - t.ex. direktsändningar av attraktiv sport - och på biobiljetter. Den senare trenden förefaller dock ha avstannat i dagsläget. Trots ovanstående kan konstateras att framförallt filmbranschen har varit en bransch i stark tillväxt under senare tid. Till viss del kan detta förklaras av pandemin, men dess påverkan på filmbranschen i stort är omstridd. Å ena sidan har tittandet på streamingtjänster ökat. Å andra sidan avstannade filmproduktionen under en period och dessutom försvann det viktiga biofönstret på grund av restriktioner. Det senare har i skrivande stund inte återhämtat sig

och företrädare för branschen ifrågasätter om det är möjligt att nå tidigare besökssiffror i framtiden.

Kännetecknande för filmproduktion är framförallt de stora investeringar som krävs för att producera en konkurrenskraftig spelfilm. Av detta skäl har offentlig finansiering varit helt central för den svenska filmbranschen, något som också gäller för många andra mindre länder i Europa. Den offentliga finansieringen har inneburit en ökad motståndskraft i förhållande till piracy och/eller affärsmodeller som förutsätter mycket låga ersättningar till innehållsleverantörerna.

Filmproduktion kännetecknas dessutom av mängden rättighetshavare som är involverade i en filmproduktion. Kombinationen av en stor mängd rättigheter och de höga kostnaderna för filmproduktion har gjort att avtalen på filmområdet präglas av breda rättighetsförvärv och ett mer omfattande användande av friköp mot engångsbelopp som ersättningsmodell än i närliggande branscher. Utvecklingen har historiskt kunna motverkas i någon mån av förekomsten av kollektiv rättighetsförvaltning, t.ex. vad avser musikanvändning. Framväxten av internationella streamingtjänster som huvudsakligt fönster för film- och tv-tittande har emellertid också börjat påverka rättighetsklareringen, både på att aktörer som Netflix för med sig en amerikansk avtalskultur – där friköp av rättigheter är normen på ett annat sätt än i t.ex. Europa – och att tjänsternas fullfinansiering och internationella marknad innebär att några efterföljande inkomster från t.ex. utlandsförsäljning inte kan påräknas.

Det senare har att göra med den idag tydliga trenden mot att alltmer av *innehållet görs unikt för tjänsten*. När konkurrensen tjänsterna emellan hårdnat, har betydelsen av unikt innehåll som kan locka nya abonnenter, eller förmå tidigare abonnenter att behålla tjänsten, ökat. Detta har också gjort att mycket kapital har tillförts innehållsproduktionen, med ibland mycket höga produktionsbudgetar. Utvecklingen har i sin tur lett till att det blivit större konkurrens om filmarbetare och rättigheter, vilket drivit upp ersättningarna så att det i dagsläget beskrivs som svårt att få till stånd mindre produktioner, både på grund av de ökade kostnaderna och att det finns brist på filmarbetare. En ytterligare konsekvens är att allt fler av de egna produktionerna görs i form av TV-serier.

Vårt att notera är alltså att det faktum att tjänsten själv innehar samtliga rättigheter till det egenproducerade innehållet inte med nödvändighet innebär att innehållet skulle bli billigare, vilket ibland tycks vara en utgångspunkt då olika affärsmodeller diskuteras. Förutom en mindre kostsam administration av royalty är prissättningen av upphovsrätt beroende av en mängd olika faktorer. En fullt ut funktionell prissättning av upphovsrätt skulle snarare kunna sägas innebära att en royaltybaserad ersättning, där enbart de rättigheter förvärvaren har ett

faktiskt behov av ingår, skulle vara den mest attraktiva modellen för producenten i ett uppbyggnadsskede. Detta då ju upphovspersonen i en sådan modell både är med och tar en affärsrisk, och agerar ”bank” åt producenten. En annan sak är att förhandlingsstyrkan hos en stor aktör i praktiken kan innebära att totala utköp till engångsersättningar blir attraktiva.

I takt med den alltmer mättade marknaden för streamingtjänster har också konsumentpriset kommit att bli ett tydligare konkurrensmedel. Alltsedan tjänsterna introducerades har man arbetat med prova på-abonnemang och bundlingsaffärer, men även mer innovativa prissättningsstrategier kan noteras. T.ex. erbjöd HBO Nordic för en tid sedan en livslång – låg – månadsavgift till abonnenter, så länge de inte avbröt abonnemanget. Under 2022 har flera tjänster dessutom aviserat att de kommer att erbjuda ett billigare abonnemang till viss del finansierat av reklam. Sannolikt har detta att göra med *dels* det faktum att abonnenterna tenderar att vara förhållandevis illojala, d v s rörliga mellan olika abonnemang, *dels* en oro för ett ökande gratistittande i form av ren piracy eller abonnemangsdelening. Det senare beivrades tidigare inte i någon större utsträckning, men riktade åtgärder kan förväntas införas framgent.

2.4 ALLMÄNLITTERATUREN

Marknaden för allmänlitteratur är på liknande sätt som läromedelsmarknaden långt ifrån homogen. Framförallt uppvisar den stora skillnader mellan olika genrer (barn- och ungdomslitteratur, skönlitteratur respektive facklitteratur) vad gäller allt från produktionsprocessen till konsumtionsmönster. I generella termer kan dock sägas att bokbranschen⁴ i stor utsträckning är nationell, trots att framförallt anglosaxiska titlar regelmässigt återfinns på topplistorna. Den svenska bokbranschen är en bransch i tillväxt och har sedan 2016 ökat från 4,1 miljarder SEK exklusive moms till 5 miljarder SEK år 2021.

De senaste åren har utvecklingen från *såväl* fysisk bokhandel till e-handel *som* från fysiska till digitala format accelererat. Utvecklingen bedöms ha drivits på av pandemin, då t.ex. läsandet och lyssnandet på allmänlitteratur ökat, sannolikt på grund av minskad konkurrens från andra former av kulturkonsumtion som teater och konserter, samt minskade restaurangbesök. Detta gör att den senaste branschstatistiken kan vara i någon mån missvisande, men mer långsiktigt är ändå trenderna tydliga. Värt att notera är att den tryckta boken fortsatt står stark och under 2021 stod för 75 % av bokmarknaden. De mest påtagliga förändringarna av marknaden för allmänlitteratur är dels nedgången av den fysiska bokhandeln till förmån för online-bokhandeln, dels introduktionen av

4 Jag har nedan förkortat den allmänlitterära delen av litteraturområdet till ”bokbranschen” eller ”bokmarknaden”, då dessa begrepp används av de relevanta aktörerna och i den branschstatistik som regelbundet publiceras.

digitala abonnemangstjänster för framförallt ljudböcker. Sedan 2016 har digitala abonnemangstjänster vuxit från 339 miljoner SEK (exklusive moms) till cirka 1,3 miljarder SEK. Idag är marknadsandelen drygt 26 %, räknat i SEK.

Sammanfattningsvis kan alltså sägas att den allmänlitterära marknaden trots allt i hög utsträckning är digital, trots att den traditionella pappersboken fortsatt går starkt. 2016 hade digitala abonnemangstjänster och Internetbokhandel/bokklubbar tillsammans en marknadsandel på 57,3 procent. 2021 var marknadsandelen uppe på 75,5 procent.

Digitaliseringen har alltså fått förhållandevis stort genomslag och kan sägas ha präglat den allmänlitterära marknaden på i huvudsak tre sätt. För det första har *återförsäljarledet* förändrats radikalt, med etableringen av nätbokhandel med aktörer som Adlibris och Bokus. Just bokhandeln var tidigt exponerad för digitaliseringen, sannolikt beroende på att böcker lämpar sig särskilt väl för e-handel. Amazon, som startade som en nätbokhandel, utgör det tydligaste exemplet på detta och som illustration på hur centralt närheten till slutkonsumenten varit för marknadsutvecklingen. Samtidigt kan det också vara av intresse att notera hur de två branschledande förlagsgrupperna i Sverige hanterade den s.k. vertikala integration som ett ägarinflytande i återförsäljarledet innebär. KF Media förvärvade redan år 2000 Bokus, medan Bonniers, vars bokklubbar – ofta med en form av abonnemangsmodell - sedan lång tid tillbaka utgjorde en viktig försäljningskanal direkt till konsument, avvaktade ända till år 2007 med att förvärva Adlibris. Nätbokhandeln stod vid denna tidpunkt för 6 % av bokförsäljningen. Värt att nämna är att Natur och Kultur vid förvärvet ägde 10 % av aktierna i Adlibris. De båda förlagsgruppernas olika agerande i förhållande till nätbokhandeln kan sägas illustrera tesen att en stor aktör kan ha utrymme att avvakta med att gå in i en marknad, i kraft av sin förmåga till förvärv.

Det andra området där digitaliseringen fått stort genomslag är *ljudboksområdet*. Utvecklingen av hårdvara i form av framförallt smarta telefoner har naturligtvis utgjort en viktig förutsättning för expansionen, som på allvar inleddes under mitten av 10-talet. Idag finns ett antal större ljudbokstjänster, där Bookbeat (ägd av Bonnier Books), Nextory, Bokus Play och Storytel är de mest namnkunniga.

Den enskilt viktigast faktorn för marknadsutvecklingen på den svenska bokbranschen måste dock anses vara Storytels inträde på marknaden i allmänhet och dess förvärv av Norstedts år 2016 i synnerhet. Genom förvärvet cementeras en ny struktur för ersättningar till rättighetshavarna. Storytels affärsmodell, en pro-ratamodell enligt Spotify-förlaga, där en förutbestämd del av intäkterna går ut till rättighetshavarna, fördelat på andel av den totala användningen, uppfattas idag ofta som marknadsledande (Storytels modell kallas ibland "revenue share-

modellen” i bokbranschen, vilket lätt kan bli missvisande i förhållande till andra typer av modeller där ersättningen baseras på intäkter. Samtidigt är det alternativa uttrycket ”pro-ratamodell” naturligtvis inte heller helt rättvisande). Det ska dock understrykas att flera av de konkurrerande tjänsterna inte tillämpar modellen. Istället tillämpas mer traditionella modeller där varje lyssning genererar en förutbestämd ersättning. Modellen återfinns enligt uppgift också på Storytel, i den utsträckning rättighetshavarnas förhandlingsstyrka medger att särlösningar accepteras.

Värt att notera är att framförallt Storytel under senare tid satsat allt mer på innehåll som är unikt för tjänsten. Dels har man slutit exklusiva avtal med författare, något som alltså avviker från den tidigare normen där samtliga utgivna böcker kunde erbjudas till alla strömningstjänster parallellt, dels har man sedan lång tid erbjudit s.k. Storytel Originals, som utgörs av titlar där författarna skriver direkt för ljudformatet. Strategin överensstämmer alltså med motsvarande strategi hos streamingtjänsterna för film och tv-serier och kan också på motsvarande sätt förväntas accentuera skillnaderna i ersättningsvillkor hos en kommersiellt framgångsrik författare och övriga.

Ljudboksmarknadens framväxt har varit kantad av konflikter, vilket sannolikt kommer att vara fallet också inom överskådlig tid, då förhandlingsstyrkan kan förväntas fluktuera i takt med marknadsutvecklingen. Tvistefrågorna har framförallt rört sig om de villkor som ska gälla mellan förlag och ljudboksplattformar och bristen på transparens och att författarnas ersättningar urholkas - i vart fall utifrån författarkollektivet som helhet. Den senare frågan är dock inte helt okomplicerad, då ljudboksmarknaden tveklöst också genererat nya konsumenter och ökad bokkonsumtion. Trots den kannibalisering som sker mellan formaten har alltså branschens totala intäkter ökat. Frågan om i vilken utsträckning de ökade intäkterna kommer författarna till godo är dock ytterst en fråga om förlagsavtalens utformning. En ytterligare komplexitet är att ljudboksformatet tycks gynna vissa typer av genrer och titlar på bekostnad av andra. Detta kan sägas leda till en omfördelning av intäkterna, som liknar den som skett på musikområdet. En teori som diskuteras i sammanhanget - på liknande sätt som inom musiksektorn - är att strömningstjänsterna tydligare avspeglar den faktiska konsumtionen av litteratur, dvs vad konsumenterna i realiteten lyssnar på och att omfördelningen därför skulle vara i huvudsak ”rättvis”. Sedan tidigare är det känt att det finns en diskrepans mellan vilka titlar som säljs och vilka titlar som faktiskt läses. Skillnaderna antas vara större inom vissa genrer och skiljer sig också åt mellan olika format.

Ljudboksmarknaden förefaller dock nu gå in i en ny fas, där ljudboksaktörerna lägger om verksamheternas fokus från tillväxt till lönsamhet. En alltmer mättad marknad, där tillväxttakten klingat av under senare år och det förändrade

ekonomiska läget anges som de främsta skälen till kursändringarna och t.ex. tidigare planerade börsintroduktioner har i nuläget avblåsts. Det är framförallt på hemmamarknaden Sverige och i övriga nordiska länder som lönsamhet kunnat uppnås. Planer på viss ytterligare expansion finns dock fortsatt. T.ex. meddelades i juni 2022 att strömningstjänsten Nextory, som finns på tio marknader, tagit in ytterligare 100 mkr i riskkapital för att kunna växa utanför Norden. Den svenska marknaden förefaller succesivt ha blivit alltmer mättad och tillväxttakten avtar år från år. Sammanfattningsvis kan konstateras att den svenska ljudboksmarknaden ännu inte förefaller ha nått sin slutgiltiga form. Detta gäller såväl prissättning och andra abonnemangsvillkor, som ersättning till förlag och författare.

Framgångarna för den digitala ljudboken finner sin motpol i utvecklingen på *e-bokmarknaden*, som trots allt måste sägas utgöra det tredje området där digitaliseringen fått genomslag. Under lång tid var branschen starkt präglad av det förväntade genomslaget för just e-boken. De ramavtal mellan Sveriges Författarförbund och Svenska Förläggareföreningen som sedan lång tid var etablerade på marknaden sades upp och förhandlingarna om nytt avtal avbröts redan 1999. Osäkerheten om hur e-bokmarknaden skulle utvecklas och den i branschen inte ovanliga övertygelsen om att e-boken skulle kunna komma att konkurrera ut pappersboken gjorde att såväl upphovsmanna- som producentsidan fokuserade mycket av sina resurser på just e-boken. Samtidigt uppfattades e-boken av biblioteken som ett viktigt sätt att kunna nå ut till nya läsare, vilket i sin tur gjorde "e-bokutlåning"⁵ till en mycket omdebatterad kulturpolitisk fråga. Detta gällde i högsta grad även internationellt, inte minst på grund av att Google initierat det s.k. "Google Book Search-projektet" där man finansierade digitaliseringen av de mycket omfattande boksamlingarna i flera amerikanska universitetsbibliotek. Projektet ledde till att amerikanska Author's Guild, tillsammans med ett antal förlag, 2005 stämde Google i en process som utmynnade i det s.k. "Google Book Settlement". Avtalet kom dock sedermera (år 2015) att förklaras som ogiltigt av en amerikansk domstol. Värt att nämna är också att en nederländsk biblioteks förening 2016 drev ett mål om fri utlåning av e-böcker till EU-domstolen. Rättsläget får numer anses tämligen klarlagt, men målen utgör illustrativa exempel på hur låst läget mellan de olika branschaktörerna varit under den aktuella tidsperioden. Konflikten mellan att kunna ge medborgarna (kostnadsfri) tillgång till skyddade verk och behovet att finansiera fortsatt produktion av inhemsk kultur på en fri marknad består också alltjämt, låt vara i mer begränsad utsträckning.

Även om branschfokus riktades mot e-boken var intresset från konsumenterna lågt, inte minst vad gällde betalningsviljan. Situationen var trots detta under lång tid sådan att marknads aktörer uppfattade e-boksrättigheterna som

⁵ Begreppet "utlåning" är missvisande, då det formellt rör sig om att läsaren ges en tidsbegränsad licens att nyttja verket.

potentiellt mycket värdefulla, oaktat de försumbara faktiska intäkterna som genererades. Detta ledde i sin tur till avsevärda svårigheter att etablera någon form av branschpraxis som kunde accepteras av upphovsmannakollektivet, som såg en avsevärd risk att de digitala rättigheterna på sikt skulle låsas upp av de etablerade förlagen, utan att författarna skulle ges möjlighet till en skälig ersättning för förvärvet. Utifrån denna kontext bildades därför den kollektiva förvaltningsorganisationen ALIS – Administration av Litterära rättigheter i Sverige och – i ett senare skede – Dejavu, en av Författarförbundet startad publiceringstjänst för produktion av e-böcker och print-on-demand av titlar där rättigheterna återtagits av författarna, vilket i sin tur uppfattades som aggressionshandlingar av delar av förlagskollektivet.

Värt att nämna är också att e-bokhandeln under denna period subventionerade läsplattor, som ett sätt att etablera e-boken på marknaden. Förlagan var Amazons egen läsplatta Kindle. Till dags dato får dock dessa försök betraktas som tämligen misslyckade, men så sent som 2018 lanserade t.ex. Storytel sin egen läsare "Storytel Reader". Det får också antas att produktutvecklingen på hårdvarusidan i bredare bemärkelse kan komma att få fortsatt stor betydelse för marknadsutvecklingen, i vart fall på sikt.

I dagsläget utgör e-bokmarknaden en mycket liten andel av den totala bokbranschen (ca 3 % av de totala intäkterna), men e-bokläsningen ökar. Konsumtionen sker fortsatt främst genom bibliotekens "e-bokutlåning", följt av e-bokläsning via strömningstjänster. Styckförsäljning av nedladdningsbara e-böcker utgör i dagsläget en mycket marginell del av den redan begränsade e-bokmarknaden. Trots detta understryks att e-bokmarknaden ännu betraktas som en marknad under utveckling och de frågeställningar som nämns ovan har fortsatt aktualitet, även om intensiteten i diskussionen gått ner betänkligt på grund av den marginella ekonomiska betydelsen e-böckerna har idag. Det finns dock mer livskraftiga diskussioner i andra länder och utländska agenter kräver än idag s.k. holdbacks (d v s "karenstider" innan nyutgivna titlar får tillgängliggöras som e-bok) vid försäljning av översättningsrättigheter.

Inom e-bokssegmentet återfinns idag flera av de etablerade affärsmodellerna för innehållstjänster. E-böcker ingår idag i de ovan beskrivna abonnemangstjänsterna, men säljs också styckevis. Vid "e-bokutlåning" via biblioteken sker distributionen genom Axiell Media (tidigare E-lib) och i samband med varje utlån utgår en royalty på ett royaltyunderlag som utgörs av det pris förlaget betingar sig för utlåningen. Längre var standardersättningen 20 SEK per utlån, beräknat på bibliotekens uppskattade kostnad för ett fysiskt lån, men prissättningen är idag individuell. För nya titlar tillämpas ofta ett högre pris under en karenperiod, vilket syftar till att förhindra alltför omfattande påverkan på den kommersiella marknaden.

Trots att den historiska hanteringen av e-bokmarknaden kan sägas utgöra ett varnande exempel på förväntningsdrivet agerande, beskriver flera branschföreträdare likartade erfarenheter från tiden för etableringen av de digitala strömningstjänsterna för ljudböcker. Man menar att rädslan att hamna utanför en tillväxtmarknad gjort att beslut fattats på känslomässiga, snarare än rationella eller kommersiella grunder, vilket möjliggjort etablering av en onödigt dysfunktionell marknad för såväl förlag som författare.

3. GENERELLA FAKTORER

Det är inte möjligt att förstå utvecklingen av innehållsmarknaderna utan att också beakta övriga utvecklingstendenser i samhället. I huvudsak rör det sig om ekonomiska realiteter, låt vara att dessa är intimt sammankopplade med politikens syn på digitaliseringen. Den politiska dimensionen behandlas emellertid inte på ett generellt plan i denna rapport. I detta sammanhang ska därför bara nämnas att IT-utveckling och digitalisering stått högt på den politiska dagordningen i såväl Sverige som EU, vilket fått omedelbart genomslag på innehållsmarknaderna inte bara genom en jämförelsevis hög digital mognad hos kunder av olika slag utan också i form av utbredd piracy.

Senare års ekonomiska klimat har bl.a. präglats av låga räntor och låg beskattning av kapital, vilket inneburit att tillgången till riskkapital varit mycket god under en längre tid. I just IT-sektorn har det dessutom funnits ett starkt fokus på entreprenörskap och expansion och potentialen för tillväxt har varit väsentligt mer centralt för investeringsbesluten än affärsidéer som varit faktiskt ekonomiskt hållbara i närtid. Med andra ord har tålamodet från ägarna ofta varit förhållandevis stort, bland annat då en av sektorns karaktäristika varit skalbarhet (med stora initiala investeringar som dock kan hämtas hem då marginalkostnaden för nya kunder är blygsam), då det ofta rör sig om en "winner takes it all"-marknad och då investerare i sektorn har kunnat göra historiska jämförelser med den tillväxtresa som de stora techjättarna gjort under jämförelsevis kort tid. Enligt uppgifter från personer med god insikt i såväl riskkapitalsektorn som musiksektorn har det funnits gott om exempel under senare år där affärsidéer som knappast varit fullt ut genomarbetade ändå fått tillgång till mycket väl tilltagna ekonomiska resurser. Även förlagsrepresentanter från läromedelssidan beskriver liknande erfarenheter, där det inte varit ovanligt med pitchar från tämligen välfinansierade bolag vars affärsidé lider av en eller flera grundläggande missuppfattningar om för marknaden väsentliga förutsättningar. Fenomenet får numer betraktas som vanligt förekommande på samtliga delar av innehållsmarknaden, vilket också bekräftas av flera av intervjupersonerna. Samtidigt börjar vissa marknader mogna och det finns flera exempel från senare

tid på när höga värderingar baserade på marknadens förväntningar om tillväxt och expansion in på nya marknader justeras ner, och fokus istället läggs på lönsamhet i grundaffären.

Tillgången till riskkapital för mindre förhoppningsbolag kommer sannolikt att minska betänkligt under kommande år. Detta bör innebära att risken för stora oförutsedda omvälvningar på den svenska marknaden minskar radikalt. Flera av förlagsrepresentanterna har också gjort analysen att om nya, globala aktörer med potential att förändra läromedelsmarknaden i grunden på kort tid skulle etablera sig i Europa, så skulle den svenska marknaden inte vara prioriterad, i huvudsak på grund av dess ringa storlek.

Stockholm, november 2022

Thorbjörn Öström
Advokat

EFTERORD

Läromedel och kurslitteratur har, och kommer fortsättningsvis att ha, en stor betydelse för utbildningssystemet i Sverige. Det är svårt att tänka sig utbildningar som inte utgår från pedagogiskt sammansatta texter. Forskaren Tim Oates gjorde på uppdrag av oss en genomgång av läromedelsforskning 2021, med speciellt fokus på Sverige.⁶ I sin rapport sammanfattar han just detta:

”...det finns överväldigande bevis för att läromedel av hög kvalitet har viktiga funktioner. Varje nation som bestämmer sig för att avstå från de fördelar som de ger kommer att behöva arbeta mycket hårt för att se till att fördelarna levereras på andra sätt. En hållbar tillgången till läromedel av hög kvalitet ger individuella, samhällsliga, utbildningsmässiga och ekonomiska fördelar. Författarna som tillhandahåller innehåll (både för digitalt och för papper) och de som hanterar och stödjer dem förblir ovärderliga för leverans och uppnåendet av dessa fördelar.”

Det finns således ett viktigt nationellt intresse i att det finns en väl fungerande marknad för läromedel och kurslitteratur. En marknad som gör det möjligt för förskolor, skolor, universitetsstudenter och andra att köpa bra och moderna läromedel, vare sig dessa är tryckta eller digitala eller både och.

EN RELATIVT STABIL MARKNAD?

Rapporten visar att läromedelsmarknaden har vissa inbyggda egenskaper som gör att oron för negativa effekter på läromedelsmarknaden torde vara mindre än på närliggande marknader. Öström beskriver dessa faktorer som nedan:

- Läromedelsmarknaden konkurrerar inte lika direkt med ”en upplevelsemarknad som tävlar om konsumenternas fritid” som film, musik och allmänlitteratur.
- De traditionella aktörerna har fortsatt en mycket stark position på marknaden.
- Kunderna är inte slutkonsumenterna. Kunderna är inte privatpersoner.
- Kvalitetsaspekten är oftast mer central i förhållande till kvantitet och pris.

⁶ Changing texts – an international review of research on textbooks and related materials. Oates, Mouthaan, Fitzsimons & Beedle. 2021. Cambridge University Press & Assessment Research Report. Cambridge, UK: Cambridge University Press & Assessment.

- Läromedel är förhållandevis dyra och komplicerade att framställa.
- Utbudet är beroende av politiska beslut.
- Det går inte att bygga upp stora rättighetsdatabaser baserade på redan finansierad backlist. Innehållet måste uppdateras och hållas aktuellt för att var attraktivt.
- Författarna uppdaterar sina verk, vilket förutsätter långvariga och nära samarbeten.
- Duktiga författare anses idag vara en bristvara.

Utifrån detta kan vi konstatera att de här förutsättningarna skapar en något mer trögrörlig marknad. Och han skriver att: ”Merparten av dessa är positiva för den svenska läromedelsmarknaden förmåga att stå emot potentiella utmaningar till följd av en ökad digitalisering.” samt ”Sektorn har varit förhållandevis förskonad från marknadspåverkande piracy. Detta, i kombination med det faktum att läromedelssidan inte konkurrerar med innehållstjänster för privat bruk får betraktas som viktiga faktorer för möjligheterna att upprätthålla en rimlig prisnivå.” Läromedel är helt enkelt inte en typisk konsumtionsmarknad. Och tittar man på Tim Oates och hans kollegors genomgång av forskning kan vi konstatera att läromedel inte heller *bör* vara det. Kvaliteten på och tillgången till på läromedel är av avgörande betydelse för utbildningssektorn, som i sin tur är helt avgörande när det kommer till att skapa ett framtida och avgörande humankapital i Sverige, varför samhället i allmänhet och staten i synnerhet inte kan låta en sådan marknad utvecklas hur som helst.

RISKER PÅ LÄROMEDELSMARKNADEN

Men att läromedelsmarknaden är relativt förskonad från till exempel vad Öström kallar ”piracy”, innebär inte att det inte finns risker och orosmoln. Thorbjörn Öström pekar till exempel på att prissättningen är helt avgörande för marknadsutvecklingen vid ökad digitalisering där det idag finns en prispress på digitala läromedel, som inte bedöms hållbar på sikt och som är delvis självförvållad av marknadens aktörer genom vidlyftiga rabatter och gratiserbjudanden som urholkar kundernas betalningsvilja. Här finns alltså en läxa att göra också för branschen. Förutom det som nämnts ovan pekar Thorbjörn Öström på bland annat att:

- De strukturer för prissättning av läromedel och ersättningar till författarna som etablerats för tryckta läromedel bör så långt möjligt bibehållas även i den digitala miljön.

- Dagens struktur på läromedelsmarknaden är gynnsam, då ett antal traditionella, relativt starka, aktörer styr merparten av produktutvecklingen.
- Läromedelsförfattarnas insats har ökat över tid och den löpande kontakten mellan författare och förlag under ett verks livstid är normalt sett mer intensiv än tidigare.

Samt inte minst viktigt på att:

- Det är av central betydelse för en fortsatt livskraftig svensk läromedelsmarknad att kvalitetsaspekten får väsentligt större betydelse vid inköp av läromedel. Att det är lärarna själva som ansvarar för att välja läromedel utgör en viktig garant för att tillräcklig hänsyn tas till läromedlens kvalitet.

SITUATIONEN FÖR LÄROMEDEL I SKOLAN

I dag saknas läromedel i många klassrum i skolan. I stället för kvalitetssäkrade läromedel får många elever hålla till godo med kopierat material, Google och hemsnickrade övningar. Det försämrar undervisningen. Läromedel har stor betydelse för elevernas kunskapsutveckling och kontakten mellan hem och skola. Läromedel kan också kompensera för skillnader mellan skolor och klassrum och obehöriga lärare. Tillgång till bra läromedel förbättrar också lärarnas arbetssituation och ger dem värdefulla verktyg i undervisningen. I brist på offentlig statistik har Läromedelsförfattarna och Läromedelsföretagen genomfört ett flertal undersökningar bland elever, vårdnadshavare, lärare, rektorer och skolpolitiker. Sammantaget visar undersökningarna att:

- Skolornas läromedelskostnader i genomsnitt ligger på 773 kronor per elev och år.
- Fem procent av skolorna satsar bara 208 kronor per elev och läsår, medan de fem procent som lägger mest pengar på läromedel i genomsnitt satsar 1 957 kronor – nästan tio gånger så mycket.
- De flesta lärare, 86 procent, säger att de inte kan köpa in de läromedel som eleverna behöver.
- Elever som tillhör familjer med sämre ekonomi har oftare sämre tillgång till läromedel än elever med en bättre familjeekonomi.

- Sveriges lärare får allt mindre makt över själva läromedelsinköpen. Det gäller framför allt digitala läromedel där inköpsbesluten kan tas ända upp på kommunnivå.

Den nuvarande situationen gör att lärarna förlorar makten över sina egna verktyg och möjligheten att styra över sin egen undervisning. Det underminerar också den kvalitetssäkring som lärarnas val av läromedel innebär. Vi menar att de följande sex förslagen från Läromedelsutredningen (SOU 2021:70) skulle ha en stor och viktig betydelse för tillgången till läromedel i den svenska skolan:

- Elevers rätt till läromedel bör garanteras genom en ändring i skollagen.
- En definition av läromedel bör införas i skollagen.
- Lärare bör ges goda förutsättningar att själva välja läromedel genom att läroplanerna klargör rektors ansvar för detta.
- Skolverket får i uppdrag att samla statistik om skolhuvudmännens läromedelskostnader genom en ändring i föreskrifterna om uppgiftsinsamling.
- Blivande lärare utbildas i läromedelsanvändning genom en ändring i högskoleförordningen.

Förslagen är viktiga för att ge professionerna verktyg att upprätthålla en god och likvärdig tillgång till läromedel i skolan. Vi vet genom undersökningar³ att tillgången till läromedel är jämförelsevis låg och framförallt oerhört olikvärdig i den svenska skolan.

FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR FRAMTIDENS LÄROMEDEL

Att ge förutsättningar för en fungerande marknad handlar inte bara om att ge elever tillgång till bra läromedel utan en fungerande marknad i sig är också en förutsättning för kvalitet och utveckling av samma läromedel. Utan pengar i systemet finns det ingen som kan skriva läromedel och ingen som vågar utveckla nya produkter.

Det som gör den svenska läromedelsmarknaden förhållandevis stabil är det faktum att slutmarknaden är förhållandevis stabil och inte allt för priskänslig. Skolors budgetar och högskolors kurslitteraturlistor kan förvisso förändras, men gör det relativt långsamt. I systemet finns starka förläggare som tar fram kvalitativa och komplexa produkter. Marknadens storlek, komplexiteten i läromedlet och förläggarnas ansvarstagande för kvaliteten är tre av fem viktiga ”kvalitetsgaranter” vi har identifierat. De andra två är författarnas kompetens

och personliga ansvar för sina produkter samt den mycket viktiga principen att det bör vara lärarna som väljer vilka läromedel de vill använda i sina klassrum.

Det sista förtjänar att betonas extra. Det finns i det svenska läromedelssystemet ingen extern granskning varför den klassrumsnära kvalitetsgranskning som ligger i att lärare väljer de läromedel de vill använda är helt avgörande för den övergripande kvaliteten på läromedel. Vi ser en mycket oroande trend att beslut om digitala läromedel för skolan oftare tas av kommunala förvaltningar eller rektorer än av de undervisande lärarna. Detta innebär att den grundläggande kvalitetskontrollen försvinner. En annan effekt är också att prisdimensionen blir mer betydelsefull än kvalitetsdimensionen. Till en förvaltning säljer man in en helhetslösning till ett förmånligt pris. Det här är ett exempel på hur marknadens dynamik bestäms av en rad olika former av både politisk styrning och aktörers agerande på den.

Vi ser följande slutsatser från Öströms analyser som speciellt viktiga:

- De strukturer för prissättning av läromedel och ersättningar till författarna som etablerats för tryckta läromedel bör så långt möjligt bibehållas även i den digitala miljön.
- Eftersom prissättningen är helt avgörande för marknadsutvecklingen vid ökad digitalisering måste missbruket av vidlyftiga rabatter och gratiserbjudanden som urholkar kundernas betalningsvilja brytas.
- Eftersom lärarnas ansvar för att välja läromedel är en viktig garant för att tillräcklig hänsyn tas till läromedlens kvalitet vid inköp bör den rätten tydliggöras i läroplan eller dylikt.

Dessa ställer krav på såväl bransch som stat att göra det som behövs för att bibehålla stabiliteten och utveckla marknaden för att vara beredda inför framtiden. En framtid som med all säkerhet kommer innehålla läromedel. För som en förälder svarade när vi 2021 frågade varför läromedel är viktigt: "Det säger väl sig självt, utan läromedel - ingen kunskap!"

Stockholm, januari 2023

Per Kornhall
Ordförande
Läromedelsförfattarna



**Det säger väl sig självt, utan
läromedel - ingen kunskap!**

FRAMTIDENS LÄROMEDEL

**EN ANALYS AV DIGITALISERINGENS PÅVERKAN PÅ
DEN SVENSKA LÄROMEDELSMARKNADEN**

2023

Läromedelsförfattarna
www.laromedelsforfattarna.se