

BOK
&
samfunn

FAGBLADET FOR BOKBRANSJEN

1 • 2022



Tema: Fremtidens bokhandel

MANNEN SOM REDDET WATERSTONES: STORT INTERVJU MED JAMES DAUNT • VINNERRESEPTEN:
BØKER FRA GULV TIL TAK • LOJALITETSPROGRAMMENE: SLETT IKKE VENNELØSE • BLE SKREMT AV ALLE SALGENE
• BOKHANDELEN ANNO 2030 • BETINGET SVENSK BOKHANDELOPTIMISME • LYKKELIG SOM LITEN •
VERDENS 20 VAKRESTE BOKHANDLER



CAPPELEN DAMMS
NATURHÅNDBØKER
NÅ TILGJENGELIG I
NYTT DESIGN



Bli bedre kjent med naturen

Med Cappelen Damms naturhåndbøker kan du enkelt og sikkert bestemme artene vi omgir oss med.

- Fargekoder og symboler gjør det enkelt å bestemme artene.
- Fargebilder av hver art viser karakteristiske trekk i dens naturlige miljø.
- Tegninger framhever typiske trekk og forenkler artsbestemmelsen

ROLAND GERSTMEIER: INSEKTER // ISBN: 9788202751029

MICHAEL EPPINGER OG HELGA HOFMANN: BLOMSTER // ISBN: 9788202751036

MICHAEL EPPINGER OG HELGA HOFMANN: SOPP // ISBN: 9788202245658

KJETIL BEVANGER OG BROR JONSSON: KYSTEN - FLORA OG FAUNA // ISBN: 9788202751067

KJETIL BEVANGER: SKOGEN // ISBN: 9788202621490

HONORIA S. BJERKNES HAMRE: FJELLET // ISBN: 9788202751081

FUGLER I NÆRMILJØET: FUGLER I NÆRMILJØET // ISBN: 9788202270681

BROR JONSSON: FISKER // ISBN: 9788202751050

CAPPELEN DAMM

BOK
samfunn
FAGBLADET FOR BOKBRANJEN

144. årgang

REDAKSJON

Vebjørn Rogne
(ansvarlig redaktør)
vebjorn@bok365.no

Maren Simonsen
maren@bok365.no

Anders Neraal
anders@bok365.no

Leif Gjerstad
leif@bok365.no

MARKED / ANNONSER:
marked@bok365.no

FORMGIVNING:
Anne Andresen
design@anneandresen.no

TRYKK: BK grafisk
UTGIVER: Bok & samfunn AS

Annonsepriser	
Helside	16 500
Halvside	12 600
Kvartside	8 900
2. og 4. omslag	16 975
Oppslag	25 500

ABONNEMENT

Hovedabonnement kr. 995
Tilleggsabonnement kr. 795
Utlandet kr. 1250

Abonnementsbestilling
Bok & samfunn, postboks 163,
1319 Bekkestua
Kundeservice: tlf. +47 67 21 12 38

Bok & samfunn er et redaktør-
styrt medium, som forholder seg
til Vær Varsom-plakaten og
Redaktørplakaten.

Forsiden: Shutterstock

Bok og samfunn er medlem av
Norsk Tidsskriftforening

Innhold

- 4 I bokhandelens magiske favntak
- 6 Tema: Fremtidens bokhandel
- 8 Vinnerresepten: Bøker fra gulv til tak
- 12 Mannen som reddet Waterstones
- 20 – Mengden salg skremte meg
- 24 Slett ikke venneløs
- 28 Betinget svensk bokhandelloptimisme
- 34 Lykkelig som liten
- 40 Verdens 20 vakreste bokhandler
- 50 Ikke bare selger vi blåpapir, vi vet også hva det er
- 54 Med fokus på pensumlitteratur
- 58 Bokhandelen, 2030
- 65 Kroken på døra for Amazon
- 66 Kjære bokhandlere!
- 69 Bestselgerlister
- 74 Quiz



I bokhandelens magiske favntak

Hvordan skal bokhandlerne takle utfordringene i årene som kommer – og hvordan ser bokhandelen ut i 2030?

Ved inngangen til 2022 hadde vi 480 bokhandler i Norge. Tallet har holdt seg stabilt de siste tre årene. Men selv om antallet lenge har vært noenlunde stabilt, har det skjedd mangt og meget på bokhandelsarenaen det siste tiåret: Notabene-kjeden har forsvunnet og butikkene har havnet innenfor gjerdet til ARK og Norli. Ærverdige Tanum har gått samme vei og blitt fordelt på de to gjenværende kjede-kjempene. Strømmetjenestene har seilt opp som en vesentlig konkurrent for de tradisjonelle bokhandlerne, pandemien har satt den digitale utviklingen på fast forward, og kjedetoppene fremhever at samspillet mellom nett og bokhandel er en viktig suksessfaktor.

Vi har en bokhandel-dekning få kan matche: Norge har én bokhandel per 11 000 innbyggere, mens Sverige har én bokhandel per 34 000 innbyggere og Danmark én per 19 000 innbyggere. Såpass skjevt blir det fort, når vi betrakter Norge opp mot et kompakt Danmark med korte avstander og et sentralisert Sverige med avfolkede bygder. Med vår vidunderlig vakre, men akk så krøkkete, geografi er det oppsiktsvekkende at ni av ti nordmenn faktisk har en bokhandel i sin kommune.

Det har ikke kommet uten kostnader. Vi ligger på et høyt rabattnivå fra forlag til bokhandel, og Norge er et kostbart land å distribuere i.

Kjedesjefene har opp gjennom årene løftet frem at kjedenes også er en garantist for at flere mindre steder har hatt langt bedre bokhandeltilbud enn de ellers ville hatt. Det har de muligens et stykke på vei rett i. Ser vi på små steder der det ellers ikke ville vært lønnsomt å selge bøker i større bredde, er det en skjønn forening av idealister og kjededrift som sikrer tilstedeværelse av bokhandler. Blant de rundt 80 bokhandlerne i kommuner med under 10 000 innbyggere, er nær halvparten uavhengige aktører tilknyttet sammenslutningen Fri Bokhandel. De

fleste av de øvrige tilhører Norli, viser tallene fra Bokhandlerforeningen.

Ser vi vekk fra de minste kommunene og Akademikas fagbok-rike, er ARKs og Norlis dominans nærmest blitt total på bokhandel-fronten.

Waterstones- og Barnes & Noble-topp James Daunt advarer paradoksalt nok mot kjededriftens farer i et lengre intervju i dette nummeret av Bok & samfunn: Det verste man kan gjøre er å skjele til kjeder i andre bransjer, hvor alt skal være likt og uniformert, uansett hvilken av kjedens butikker man går inn i. Det var nettopp det Daunt – gjerne kjent som «Mannen som reddet Waterstones» – hadde fokus på da han fikk ansvaret for det britiske pengesluket:

«Det var et selskap som prøvde å være det samme overalt, med regionsansvarlige som måtte krysse av i bokser om at de hadde gjort alle mulige ting, som at de hadde disse og disse bøkene riktig eksponert, disse og disse sentralt plasserte bordene med disse tolv titlene på og så videre. Det var mange kjedekrav som måtte bli fulgt. En av tingene vi måtte endre fundamentalt på var forstillingen om at Waterstones var en kjedebutikk som skulle være lik overalt. Det var viktig å endre på alt dette og si: nei, jeg vil ha personlighet, individualitet og kreativitet».

Waterstones-sjefen understreker at når han søker inspirasjon og nyskaping, ser han på uavhengige bokhandler over hele verden – gjerne i Østen. Noen av disse finner du blant 20 av verdens vakreste bokhandler, som vi har plukket ut i dette nummeret av Bok og samfunn. Det er lett å la seg fascinere av disse. De aller fleste av våre lesere elsker følelsen av å vandre inn i en bokhandel som er noe spesielt, det å havne i bokhandelens magiske favntak – enten det er en stor og

spektakulær en, eller en liten, knirkete og sjarmerende. Og noen av oss jobber i en.

Jo da, ideelt sett burde vi hatt flere uavhengige bokhandler som beriker landskapet også her hjemme. Samtidig: Norge er et lite land. Flere av de 20 nevnte som vi har plukket ut ligger i byer som alene har både det dobbelte og femdobbelte av Norges samlede befolkning. Men uansett hvilke land vi sammenligner oss med, kommer vi ikke unna at andelen uavhengige her til lands er svært lav. Dermed får også kjedene et ansvar for å bidra til mangfold og egenart.

Vi stikker oss heller ikke bort. Når Financial Times plukker ut Tronsmo som en av verdens 20 beste bokhandler, eller når Norli Universitetsgata et par kvartaler lengre ned i gata er kortlistet til London Bookfairs *The Bookstore of the Year Award* denne våren – sammen med La Mistral i Madrid og Rahva Ramat Viru Store i Tallinn – skal vi sannelig være både glade og stolte over det.

Så blir det spennende å se hvor det bærer fremover. Vi har spurt kjedetopper og de små uavhengige: Hva tenker de om fremtiden, med dalende papirboksalg? Hva blir de viktigste utfordringene? Hvordan ser bokhandelen ut i 2030?

Vebjørn Rogne

MANNEN SOM REDDET WATERSTONES: James Daunt advarer mot for sterk uniformering av bokhandelkjedene.



Tema: Fremtidens bokhandel



Vinnerresepten: Bøker fra gulv til tak

*John Thomasgaard mener
suksessopskriften til Norli er enkel:
Mer lokalt selvstyre og flere bøker inn i butikk.*

VIL HA FLERE BØKER INN I BUTIKK:
John Thomasgaard



– Overtagelsen av bokhandelen på Litteraturhuset i Oslo var på mange vis en øyeåpner for oss. I begynnelsen tenke vi at dette ikke kom til å gå, og vurderte å kaste kortene. Så tok vi beliggenheten og publikum på alvor, og bestemte oss for å kuratere denne butikken hundre prosent lokalt, sier kjedesjef John Thomasgaard i Norli.

Dermed fikk butikksjef Stian Thorstensen nærmest frie tøyler. Selv sier Thorstensen:

– Mange av de som er innom her leser mye – og da mener jeg mye. Da jeg begynte her for noen år siden, tenkte jeg: Oi, dette var krevende kunder, og jeg mistenkte at dette kunne bli temmelig slitsomt. Etter hvert er det blitt en velsignelse, og nå elsker jeg å bli utfordret. Her har jeg hatt noen av de beste litteratursamtalene i mitt liv, forteller han.

Norli-butikken han bestyrer på Litteraturhuset er langt fra den største, men hyllene fylt av overraskelser:

– Det er vel bare butikker som Bislet Bok, Tronsmo og Norli U-gata, som har kunder som kan forsvare denne type utvalg, sier Thorstensen, og peker på engelskspråklige bokskatter, og hyllemetre med lyrikk, drama og hans personlige favorittsjanger filosofi: – Jeg liker bøker som får det til å knitre i hodet.

– Viktig å ikke «fake»

Butikken på Litteraturhuset er selvsagt en helt egen plante i Norlis store veksthus, men Thomasgaard fremhever at den også er et eksempel på i hvilken retning det bærer:

– Det er blitt mer lokalt selvstyre. Fremdeles møter jeg påstander om

HYLLER FRA GULV TIL TAK: Slik skal det se ut i mange Norli-butikker. Her fra Gravdahl på Hamar.

at forfattere ikke får inn bøkene – at butikkene kanskje takker nei til å ta inn bøker ved å vise til at det er Norli sentralt som bestemmer dette. Men, nei: det er opp til butikkene å bedømme om de vil ta inn en bok eller ei. Vi gir butikkene våre en grunnpakke og nettløsninger, men ellers er det opp til sjefene.

– Så historiene om at Norli sentralt nekter butikkene å ta inn bøker er ikke sannferdige?

– Nei, men jeg ser ikke bort fra at noen kan ha blitt møtt med det argumentet. Det er så mangt man blir tilbudt, og det kan være mer fristende å skyve hovedkontoret foran seg i stedet for å måtte takke nei selv, sier Thomasgaard lattermildt.

I praksis har utviklingen også medført at regionsjefene har forsvunnet, det er blitt større makt til butikk-sjefene, og større rom for å dyrke lokal egenart, der hvor det er naturlig:

– Det blir litt av det samme som hos Waterstones, hvor man ikke trenger å «brande» butikken som en Waterstones-bokhandel. Slikt er det åpning for også hos oss, men det er viktig å ikke «fake» noe. Det må være en ærlighet i det. Gravdahl på Hamar er et godt eksempel på det – en butikk med sterk identitet i sin by, og hvor Norli-logoen tonet veldig ned, sier Thomasgaard.

– Hva kan det lokale selvstyret brukes til?

– Gjerne mer lokale i sin tilnærming: hvilke bøker man tar inn, kuratering, utstillinger, det visuelle, og arrangementer. Gjerne veldig avhengig

– Vi lever av å selge bøker, så vi tar selvsagt inn bøker vi tror selger. Og det er ikke mulig å kjøpe seg plass med bøker vi ikke tror på.

– Det kan være fristende å skyve hovedkontoret foran seg i stedet for å måtte takke nei selv.

av de som jobber der og hva de skaper rundt seg. Er det en god bokhandel med flinke folk, skaffer de seg gjerne en sterk posisjon. Men det er selvsagt lettere å være lokal på Gravdahl eller Amneus på Røros enn på CC Vest.

Thomasgaard mener at det å tenke lokalt ikke bare kan være en fordel, men tidvis også en nødvendighet:

– Noe er spesifikt lokalt. Vet du hva som er best eksponert utenfor sportsbutikken på Røros?

– Nei?

– Sparkstøttinger! Du ville neppe få det med i pakken som en del av et uniformert XXL-opplegg.

Fra gulv til tak

De som har vært innom Norli-butikkene på CC Vest, Gravdahl, eller Karl Johan-lokalene som ble overtatt fra Tanum, har kunnet registrere noen nye Norli-grep: Hyller fra gulv til tak.

– Det kommer vi nå til å gjennomføre i alle butikker hvor det er mulig. Det kan være en fire meter høye hyller på én vegg, 2,5 meter på en annen, alt ut fra hva vi har av takhøyde.

Det betyr at flere boktitler kan bli eksponert ute i butikk. Thomasgaard og Norli har ikke gjort eksakte regnestykker på hvor mange flere bøker det kan være snakk om, men anslår at det kan bli betydelige volum:

– Det betyr at kanskje får eksponert 25 prosent flere bøker i butikk. Når vi først sitter på svindyre kvadratmeter, er det jo bedre at vi bruker disse og henter frem bøker fra bakrom og kjellere.

Thomasgaard håper dette vil bli godt mottatt av de som kritiserer manglende bredde i bokhandel:

– Påstandene og diskusjonen om bredde og mangfold er de samme som for ti og hundre år siden. Nå får vi beviselig flere bøker ut i butikk. Og jeg synes motsetningen mellom det å gå for kvalitet og det å drive kommersielt virker noe konstruert. Som en av mine ansatte sa: «Hvorfor ikke bli så gode på katedral at det blir børs?», sier Thomasgaard. – Myten om at man kjøper seg plass synes å leve i beste velgående, særlig utenfor bransjen. Jeg har invitert kritikerne til å komme for å se hvordan vi tenker og hvordan vi jobber i praksis. «De nekter å ta inn boken min, uansett», er påstanden. Det faller på sin egen urimelighet. Vi lever av å selge bøker, så vi tar selvsagt inn bøker vi tror selger. Og det er ikke mulig å kjøpe seg plass med bøker vi ikke tror på. Ofte er kritikerne lite opplest, og aner for eksempel ikke at det eksisterer abonnementsordninger ute i bokhandel.

Fingeren på pulsen

Hva tenker så konkurrent ARK rundt dette med mindre sentralstyring og mer lokalstyring?

– For oss i ARK har det alltid vært viktig å delegerer ansvar og mandat ut til de som er nærmest kundene våre, så dette har vi holdt på med lenge. Det er de ansatte i butikk som «eier» kundemøtet, enten det skjer digitalt eller i den fysiske butikken, sier ARK-direktør Gøril Joys Johnsen, og legger til: – Omnikanalen sørger for at vi kan være til stede for kundene over alt, samtidig med at vi kan skape den nærheten som er nødvendig for å bygge gode relasjoner over tid. For oss på servicekontoret handler det derfor om å legge til rette for at de flinke folkene våre ute i butikk, samtidig som vi delegerer mest mulig mandat ut til de som har fingeren på pulsen hver eneste dag.

– VEBJØRN ROGNE

Mannen som reddet Waterstones

Waterstones- og Barnes & Noble-toppsjef James Daunt er på evig jakt etter bokhandelens sjel. Nøkkelen? Kunnskapsrike, kreative og selvstendige ansatte.

– Vår jobb som bokhandlere er å kuratere. Vår jobb er å være til stede og stimulere et miljø der kundene oppdager bøker – og den fysiske nytelsen av dem. Så enkelt er det, sier James Daunt til Bok & samfunn.

I mai 2011 ble han hentet inn som toppsjef for britiske Waterstones av kjedens nye eier, den russiske milliardæren Alexander Mamut. Sju år senere var det duket for Mamut-salg, da hedgefondet Elliot Advisors kom inn som ny majoritetseier. Daunt forble toppsjef også under det nye eierskapet – og fikk utvidet lederskap da Elliot gjorde det store spranget og kjøpte den amerikanske bokhandelskjede-giganten Barnes & Noble for 683 mill. dollar, eller rundt 6 milliarder kroner. Gjennom tidligere år hadde Waterstones også kjøpt opp kjente selskap som Dillons, Ottakar's, Books Etc og ærverdige 115 år gamle Foyles.

– Sa nei til alt det

Da Daunt kom inn dørene, artet Waterstones-regnskapene seg nærmest som en bunnløs avgrunn. 2012-regnskapet endte med et underskudd på smått uvirkelige 37,3 millioner pund – rundt 440 mill. kroner i minus.

Det ble startskuddet for en for midabel snuoperasjon. Øksa ble svingt brutalt i sentralledelsen og på regionsnivå, hvor 200 årsverk ble utradert. I 2014 var underskuddet redusert til bare 3,8 millioner pund. Ved slutten av regnskapsåret i april 2016 kunne Waterstones feire sitt første overskudd på sju år – med en bunnlinje 11,7 millioner pund i pluss. Slik sett er det kanskje ikke så rart at Daunt gjerne blir presentert som «Mannen som reddet Waterstones».

– Kanskje var jeg det, selv om det muligens kan virke arrogant å si det. Men jeg tok bare konsekvensen av hva jeg selv har registrert opp gjennom årene: Jeg har sett mange kjedebokhandlere rundt om i verden som prøver å gjøre som i andre bransjer og kjedebutikker, for eksempel apotek,

– Til syvende og sist handler det om mennesker. Vi kan lage flotte omgivelser og putte inn så mange bøker som mulig, men vi trenger energien og menneskene.



BOKHANDLEREN OVER ALLE BOKHANDLERE: James Daunt.



STARTEN PÅ ET EVENTYR: Hampstead Daunt Books.

du vet de bransjene som handler om fullstendig ensartede butikker – som en Boots eller en GAP eller H&M. Du vil ha den samme butikken, du vil gå inn der og alt skal se likt ut, også internasjonalt. Men hvis du gjør noe slikt med en bokhandel, ender du opp med noe veldig uinteressant, noe intetsigende og kjedelig. Bokhandlere som jobber i slike miljøer, blir demotiverte og ikke godt behandlet. De blir ikke sett på som noe annet enn noen som effektivt selger et produkt, og ingen bryr seg egentlig om selve produktet, sier Daunt, og legger til: – Alt jeg har gjort er å si nei til alt det. I en bokhandel handler det meste om erfaring. Vi må åpne for individualitet og personlighet. Det gjør det mer interessant å være bokhandlere, det skaper mer dynamikk og de ansatte blir mer engasjerte, og det skaper samtidig et bokmiljø som kundene vil respondere positivt på. En bokhandel

kan være helt forskjellig fra en annen, selv om det tilfeldigvis skulle stå det samme kjedenavnet over inngangsdøra. Vi vil ha levende og våkne bokhandlere, og at man skal ha trivsel i hver enkelt butikk. Får du det til, elsker kundene det. Det var de gamle forestillingene om å ha helt like butikker jeg rev ned ... det er veldig dyrt å være dårlig.

Krevende kultur-kursendring

Daunt legger ikke skjul på at det var krevende øvelse å gjøre disse endringene:

– Ja, det krever en fullstendig kulturendring i virksomheten. Hvis du har et ganske stort selskap som Waterstones, med nesten 300 butikker i Storbritannia, og 600 Barnes & Noble i USA, som sysselsetter totalt 20 000 mennesker, tar det tid å endre holdninger og mentalitet. Det kan være utfordrende. Vår ambisjon er at

bokhandlere ikke skal dukke opp på jobben som om det var en hvilken som helst butikk og bare heve lønn, som om de like gjerne kunne jobbet hos Dunkin' Donuts. Det er ikke slik vi gjør det hos oss. Når du kommer for å jobbe for Waterstones, slår du ikke av hjernen din og henter penge, du slår hjernen på! Ikke alle ønsker å gjøre det, men det er helt avgjørende for å lykkes med å drive en god bokhandel.

James Daunt skapte høye bølger da han lanserte Waterstones' «no logo»-satsinger. Sommeren 2014 kjøpte Waterstones butikken Southwold Books i Suffolk, og bestemte seg for å ikke bruke Waterstones-brandingen for lettere å passe inn blant byens høye andel av uavhengige butikker. Kritikere beskyldte Waterstones for å være uærlige og seile under falskt flagg. To år senere åpnet Waterstones ytterligere to «no logo»-butikker: The Rye Bookshop i Sussex og Harpende Books i Hertfordshire. Denne gang var betrakterne delte i sitt syn på fenomenet – men fremhevet at Waterstones aldri hadde gjort noe forsøk på å skjule at det var de som eide butikkene.

Waterstones-sjefen fastslår at disse satsingene var ærlig ment, og en del av hans grunnleggende bokhandel-filosofi:

– Det var først og fremst for å forsterke det interne budskapet i Waterstones om at bokhandler må være individuelle, sier Daunt, som beskriver hvordan han møtte en bedriftsidentitet innarbeidet gjennom 20–30 år, hvor alt skulle respekteres slavisk:

– Det var et selskap som prøvde å være det samme overalt, med regionsansvarlige som måtte krysse av i bokser om at de hadde gjort alle mulige ting, som at de hadde disse og disse bøkene riktig eksponert, disse og disse sentralt plasserte bordene med disse tolv titlene på og så videre. Det var mange kjedekrav som måtte bli fulgt.

Det var viktig å endre på alt dette og si «nei, jeg vil ha personlighet, individualitet og kreativitet». En av tingene vi måtte endre fundamentalt på var forstillingen om at Waterstones var en kjedebutikk som skulle være lik overalt. Fontene kunne være forskjellige, og alt trengte ikke å være strømlinjeformet. Det jeg vil er at folk komme inn i bokhandelen og at omgivelsene skal føles helt naturlige og intuitive for dem.

I lønnsbatalje

– Jeg ville legge stor vekt på bokhandleren. Det er det vi har gjort mest vellykket på Waterstones. Å skape en karrierestruktur for bokhandlere. For å sikre at folk som er engasjert i bøker, kan se en fortsatt karrierevei i bransjen. Til syvende og sist handler det om mennesker. Vi kan lage flotte omgivelser og putte inn så mange bøker som mulig, men vi trenger energien og menneskene. En bokhandlers jobb er ikke en hvilken som helst detaljhandelsjobb i et supermarked. Dette er et kall, det er respekten for hverandre og det å kunne trives i hverandres selskap. Jeg tror det handler om å skape miljøer der vi liker å jobbe sammen.

Trass i James Daunts filosofi om å sette de ansatte i fokus, måtte han og Waterstones likevel tåle en solid bredside for noen år tilbake. Selskapet har forholdt seg til å ligge over britisk minstelønn, National Living Wage, men over 1300 forfattere skrev under på et opprop om at Waterstones-bokhandlerne fortjente såkalt «real living wage» – som ligger betydelig høyere. Daunt repliserte da at selv om selskapet hadde gått fra å være et bunnløst pengesluk, til å dra seg opp i pluss, var det rett og slett ikke penger nok til dette – og la til at det var «et gap mellom det å ville gjøre noe og det å vise et snev av fornuft». Han unnlot heller ikke å trekke frem at deres argeste konkurrent,

– Jeg er ganske stor optimist på papirbokens vegne.

Amazon, var registrert i Luxembourg og knapt betalte skatt i Storbritannia av sin astronomiske omsetning.

Men ingen skal være i tvil om Waterstones-sjefens oppriktige vilje til å heve og ivareta kompetansen hos sine ansatte:

– Ja, jeg er opptatt av at vi skal ha massevis av kurs- og opplæringsmuligheter. Sofistikert trening. Det er det jeg gjør for øyeblikket, forteller Daunt, som nettopp har vært i Los Angeles for å kurse bokhandlere. – Jeg snakker om filosofien til bokhandlere og hvorfor vi gjør det vi gjør. Hvordan vi tenker på det å være bokhandler, hvordan kuratere, slik at jobben blir mer interessant og krevende. Det er det som gjør at butikkene våre skiller seg ut.

– Vil du si at dette er en av årsakene til suksessen? At du har tett kontakt med bokhandlerne dine?

– Jeg er ikke sikker på om det er min egen personlige involvering som gjør det, men jeg er en bokhandler. Jeg var en bokhandler, og er det fortsatt. Og det er en intellektuelt krevende og sosialt krevende jobb. En jobb som betyr noe. Og det jeg gjør er å gi folk muligheten til å ta den samme karrieren. Jeg er en sterk forkjemper for dette internt, bokhandlerens posisjon er viktig.

Komplekst rike

Gitt hans grenseløse kjærlighet til bokhandelen, skulle man nesten tro at han hadde vokst opp i en. Men, nei: Achilles James Daunt, sønn av diplomaten sir Timothy Daunt, hadde sin første jobb som purser i Carnival Cruise Lines, før han ble fanget av finans og ferden gikk til USA hvor han var banker for JP Morgan fra 1985 til 1988. Vel tilbake på det britiske øy-

riket, grunnla han i 1990 Daunt Books – en kjede av seks bokhandler i London.

Drøye 30 år senere sitter han som toppsjef i både Storbritannias og USAs største bokhandelkjeder.

– Hva vil du si er de største forskjellene på markedene i Storbritannia og USA, og hva forener dem?

– USA er generelt større geografisk, det er enormt, befolkningen mye større og bokhandlerne er større, 25–30 000 kvadratmeter er normalen. Vi har noen av de store bokhandlerne i Waterstones, fastslår Daunt, og sikter først og fremst til den store seksetasjers flaggskip-butikken på Picadilly i London, Europas største, som kan skilte med «8,5 miles of shelving», eller den femetasjers fagbokhandelen i Gower Street med fem miles med hyller. Eller College Lane i Liverpool, med den største åpne bokhandel-etasje i vår del av verden. Eller storbokhandlerne i Albion Street i Leeds, Deansgate i Manchester, Bridlesmith Gate i Nottingham eller Milsom Street i Bath. For ikke å snakke om storslagne Waterstones i La Scale Cinema – fem etasjer med bøker i den gamle kinobygningen i Sauciehall Street i Glasgow.

– De er ikke representative for størrelsen på flertallet av butikkene. Så det gjør det annerledes. Størrelser fra 60 000 til 750 kvadratmeter – det gir kompleksitet, fastslår Daunt, og nøster videre i forskjellene på hver side av Atlanteren: – Når det gjelder folks tilnærming til bøkene, er det et sterkere stivperm-marked i USA enn i Storbritannia. I Storbritannia går de fleste bøker fra innbundet til paperback i løpet av året, mens de i USA fortsetter med innbundne utgaver lenger. Det er imidlertid omtrent samme antall titler, og bestselgerne er nesten identiske. Trendene er også parallelle. Jeg tror forskjellene innad i landene er større enn forskjellen mellom landene.

Ser mot Østen

– Er det noen andre land eller andre kjedebokhandler du følger spesielt tett og hvor du potensielt ser en overføringsverdi til Waterstones?

– Jeg er alltid interessert i hvordan andre driver sine virksomheter, og jeg er definitivt påvirket av noen av dem – hvordan de ser ut, hvordan de fungerer teknisk, design og liknende. Man kan si at en bokhandel kanskje ikke er en spesielt kompleks greie, men det spiller en rolle hvordan hyllene er utformet og hvordan man utvikler lokalene. Jeg ser gjerne mot Østen – som alltid er japanerne utrolige, og Kina også. De utvikler noen virkelig interessante ting når det gjelder design, og vi har tatt med noe av det i designet vårt. Når det gjelder bokhandel, ser jeg på uavhengige bokhandler over hele verden. Det er der nyskapingen skjer.

– Når det gjelder papirboksalg, hva tror du status vil være i USA og Storbritannia i for eksempel 2030?

– Jeg er ganske stor optimist på papirbokens vegne. Utdanning er nøkkelen, det får flere til å lese. De skandinaviske landene ser ut til å ha klart å innarbeide utdanning dypere i samfunnet enn vi har klart for eksempel i Storbritannia. Som bransje har vi røket på en moralsk kollaps og mangel på mot i møtet med Amazon, særlig fra 2008 og i de påfølgende årene, hvor små kjeder har forsvunnet over hele Storbritannia. Waterstones er latterlig og tragisk nok den siste store bokkjeden i Storbritannia. Det positive er at det er et enormt potensial for vekst. Jeg tror vi vil få en oppstart av mange uavhengige bokhandler, samtidig som vi vil fortsette å dyrke Waterstones, og sørge for å åpne bokhandler der hvor de en gang var. Jeg tror også at det vil bli solgt flere bøker gjennom bokhandler.

– Hvis du ser på utviklingen i britisk, amerikansk og internasjonal bokvirk-



somhet de siste fem til ti årene, hva har overrasket deg mest?

– Jeg er ikke så sikker på om jeg er overrasket. Mye har endret seg, men når alt kommer til alt har likevel ingenting endret seg. Hvis du klarer å holde en attraktiv og interessant bokhandel åpen, vil folk uansett komme inn og glede seg over den og bruke pengene sine. De stadige endringene har likevel ikke rokket ved de fundamentale sannhetene. Vi må holde fast ved det.

– Vi har nettopp kommet ut av de forhåpentligvis verste årene med pandemien. Hva ble konsekvensene for Waterstones?

– Vi måtte holde stengt i en periode i USA og lenger i Storbritannia, og i Storbritannia kom det gang på gang bølger av forstyrrelser. Men vi fikk mye offentlig støtte i Storbritannia, så økonomisk var vi skjermet for de verste konsekvensene. Før pandemien antok folk at de bare kunne kjøpe bøker fra Amazon. Jeg tror coronapandemien endret den tankegangen.

– Jeg var en bokhandler, og er det fortsatt. Og det er en intellektuelt krevende og sosialt krevende jobb. En jobb som betyr noe.

Markedsandelen er større for oss nå etter pandemien. Forholdet til kundene er det som betyr noe, på nett og gjennom butikk, den ene mater den andre, tillit og respekt. Det er mye mer sannsynlig at kunder nå heller kjøper bøker gjennom vår virksomhet, enn gjennom Amazon.

Om 30 år? Det sammel!

– Hvordan ser du for deg en Waterstones-bokhandel i 2030? Hva vil være den mest merkbare forskjellen, tror du?

– Jeg tror man i 2030 fortsatt kan gå inn i ganske mange gamle butikker som også ser gamle ut, i den gode betydningen av å se gammel ut. Jeg tror vi vil få se stadig flottere bokhandler, mer interessante miljøer, det vil fortsette å være innovasjoner og forbedringer. Jeg startet Daunt Books, som helhjertet forsøkte å være så attraktive og interessante som mulig – og mange år senere, er det hva jeg fremdeles forsøker å få til. Om 30 års tid håper jeg at personen som tar over etter meg vil gjøre akkurat det samme. Det handler om å snakke om bøker, og å dele erfaringer. Bare det å være i et veldig interessant miljø er jo flott i seg selv. Det hjelper definitivt hvis du kan gjøre det hele godt opplyst, varmt og alt det andre, men i det store og hele tror jeg ikke en bokhandel vil være noe radikalt annerledes i fremtiden. En god bokhandel vil være en god bokhandel, og har alltid vært det.

– Hva tenker du om fenomener som for eksempel «print on demand» – vil det bli en faktor?

– «Print on demand» er ikke fysisk det samme som en trykt bok. Papiret er ikke like bra, typografien, følelsen, det er ikke noe hyggelig med «print on demand» sammenlignet med en skikkelig bok. Det er alltid en viss uenighet mellom utgivere om denne saken, hvor mye vekt de legger på utseendet til en bok. Men jo mer oppmerksomhet du legger i det fysiske



WATERSTONES i Exeter.

objektet, desto mer suksessfull vil du være som utgiver. Alt fra omslag til papirkvalitet. Vi som bokhandlere er der for å sørge for at du tar hensyn til kvaliteten på boken, i alle henseender.

– Denne tanken om at boken ikke bare er innhold, men også et taktilt, fysisk objekt. Tror du fremtidige generasjoner vil dele denne gleden?

– Så lenge vi ikke lobotomerer dem! Jo bedre utdanning, jo bedre er vi – det handler om å se hva som ligger foran oss. Skjønnheten med en tur, eller en solnedgang. Og en av gledene ved å lese en god bok, er når denne boken i seg selv er et behagelig estetisk objekt. Vi gir den i gave, vi låner den ut, vi har den i bokhyllene våre som en del av interiøret. Det er stimulerende og hyggelig. Dette er

grunnen til at e-bøker aldri vil kunne utradere gode bokhandler. Folk får altfor mye glede fra bokhandler og fysiske bøker. Alt tullet med å sette inn en utskriftsskjerm for å finne bøker, skrive ut «print on demand»-bøker og slikt – det er nonsens. Det handler om den rene nytelsen ved å være i en bokhandel, det er hva det handler om. Det at du er i en stor kjede endrer ikke på det. Du kan selvsagt lage en bedrift kun basert på å gjøre den funksjonell, men det er ikke noe jeg ønsker å drive med.

– Hva tenker du om non-books, altså andre varer enn bøker i bokhandelen?

– Dynamisk og riktig turnert, side om side med bøkene, kan det gjøre butikken bedre. Jeg tenker da på gode varer som skrivesaker, papir, gratula-

sjonskort, penner – alt dette har på en måte med bøker å gjøre. Aviser og magasiner er også naturlige supplement, i likhet med ganske mange pedagogiske og tankestimulerende varer – puslespill, sysler som setter hjernen i sving. Du kan ha mange ting i en bokhandel. Ikke for å tjene penger, men for å gjøre bokhandelen din mer interessant og mer behagelig.

– Forstår vi deg riktig i at bokhandelen du opprettet på 90-tallet på en måte er den samme bokhandelen du forsøker å skape nå og i fremtiden?

– Jeg må korrigere deg litt der. Du sa på en måte. Ikke på en måte. Det er ikke veldig annerledes i dag, det er faktisk ikke annerledes i det hele tatt. Ikke i det hele tatt.

– MARTINE JONSRUD, VEBJØRN ROGNE

• ADVARSEL •

Denne boken vil *VIRKELIG* ikke bli lest.
Vil du lese en tvers igjennom søt, liten bok – ta en annen!
For denne boken begynner med slutten,
den biter den voksne som leser,

(og prøver kanskje å gnafse litt på barna også)

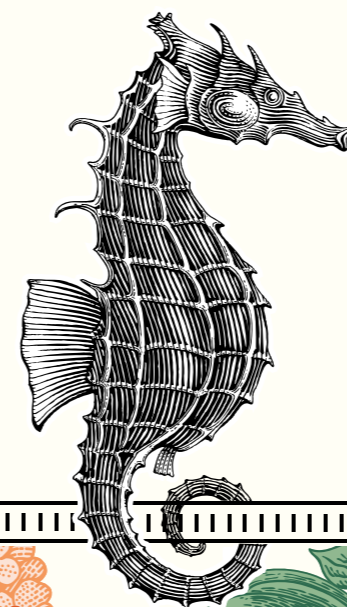
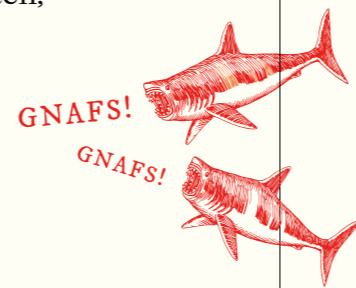
den går i lås og gjør seg rett og slett helt umulig.



MEN... om dere klapper boken snilt
og forsiktig, så kanskje dere klarer å lese den allikevel.
Og da er det en uvanlig levende, uregjerlig og fullstendig

MAGISK høytlesningsbok for barn fra 3 år.

OVERSATT AV JAN CHRISTOPHER NÆSS



Fikk du lyst til å lese denne boken nå?

Utmerket.



Nei.

B
BONNIER
FORLAG

– Mengden salg skremte meg

Sara Smedhus har fersk erfaring fra både norsk og engelsk bokhandel. Hun foretrekker sistnevnte.

Våren 2019 begynte Sara Smedhus å jobbe hos bokhandelskjeden Waterstones' flaggskip-butikk på Piccadilly i London. Med sine seks etasjer med bøker, restaurant i toppetasjen og kafé i kjelleren, regnes bokhandelen som Europas største.

I skoleåret 2020-2021 flyttet Sara hjem igjen til Norge for å gå på Fagskolen for Bokbransjen. Hun fikk seg da deltidsjobb på Norli bokhandel i Torggata i Oslo, men da skoleåret var over, gikk ferden raskt tilbake til London og Waterstones.

Det var spesielt én ting som gjorde at Sara lengtet tilbake til Piccadilly:

– Mengden salg i norsk bokhandel skremte meg. Prisene endret seg hele tiden, man måtte ta av klistremerker og sette på nye. Å bruke flinke bokhandlere til å stå og prise bøker hele dagen, virket som feil bruk av ressurser.

Sjelden det er salg

Hun forteller at i England er det annerledes. Ikke bare er de veiledende prisene trykket på omslaget av bøkene, de har også færre salg.

– Vi har ett salgsbord gjennom året der prinsippet «kjøp en, få en til halv pris» gjelder. Vi ansatte kan selv bestemme hva som skal ligge der, så

dermed kan vi benytte hele bordet til titler vi ønsker å realisere. Ofte bruker vi bordet til bøker som vi synes fortjener mer oppmerksomhet, bøker som har gått tregt på andre bord og som kanskje kan få en «boost» på tilbudsbordet.

Ellers er det sjelden salg på Piccadilly. Ingen mai-salg, ingen pocketsalg, ingen Mammut. Akkurat i år ble det litt annerledes: en opphopning av bøker under korona, førte til at Waterstones hadde januarsalg.

– I år hadde vi romjulsalg som fortsatte ut januar, forteller Sara. – Det skulle opprinnelig være tre dager med halv pris på alle «hardbacks», men det fortsette ut januar fordi vi satt igjen med en del innbundne bøker etter pandemien.

Holder prisen

– Ut fra hva du forteller om priser og salg, virker det nesten som at det er fastpris-

landet Norge som er friprisland og omvendt; at friprislandet England er mer av et fastprisland?

– Både ja og nei. Personlig føler jeg mindre på priskrig i hverdagen i England. Måten Waterstones drives på gjør at prisene føles stabile. Men «kjøp en, få en til halv pris» gjør meg oppmerksom på friprisen, vi legger jo nye bøker på dette bordet også.

Med veiledende pris trykket på omslagene, er det gjerne den samme prisen i alle bokhandlere, forteller Sara. Selv om bokhandlene står fritt til å sette ned prisen, er det ikke kultur for det i fysiske bokhandlere. Da er det annerledes i nettbokhandler som Amazon. Sara forteller at de ofte selger bøkene billigere.

– De slipper jo å prise over siden de selger på nett. At noen velger å kjøpe bøkene der det er billigst, synes jeg er greit, noen har dårlig råd. Det viktigste for meg er at folk leser, sier Sara, som ikke er bekymret for at nettbokhandel skal ta over salget.

– Selv om Amazon er der, går det bra med bokhandlene i England. Under corona så vi at mange valgte å kjøpe bøkene i nettbutikken vår. De fleste har forståelse for at prisene er litt høyere, og har stor respekt for bokhandelen.

Å bruke flinke bokhandlere til å stå og prise bøker hele dagen, virket som feil bruk av ressurser.



MED ERFARING FRA BEGGE SIDER AV NORDSJØEN: Sara Smedhus.



EUROPAS STØRSTE: Waterstones flaggskip-butikk på Piccadilly.

Større frihet

I en norsk kjedebokhandel er mye bestemt av riggelister som blir utarbeidet sentralt og sendt ut til alle bokhandlene, forteller Smedhus. På Waterstones bestemmer de ansatte selv.

– Vi har «månedens bok» som skal prioriteres, bortsett fra denne så er

det fritt frem, forteller Sara. – Det er ikke bestemt hva som skal på noen bord, det er vi som jobber der som bestemmer alt.

Større frihet krever som kjent mer ansvar, noe Sara synes er fint:

– Det at det stilles større krav til meg som bokhandler, gjør at jeg føler

press på å ha mer kunnskap, og at jeg derfor gjør en bedre jobb, sier hun.

Det stilles også større krav til ryddighet. På Waterstones blir de ansatte drillet i pyramideformede bokstabler og hvordan bøkene skal stå i hyllene.

– Alle bord skal være rigget i pyramideformasjon, det skal være strø-

*Det er ikke
høystatuslitteratur som
er trendy blant unge
lesere*

*– Lesing er blitt kult.
Det er tydeligere nå enn for to år siden.*

kent, forteller Sara. – I hyllene skal det aldri være flere enn tre av den samme boka, hvis det er flere skal boka frontes, hvis man ikke har plass, må de resterende på lager.

Må ha bokkunnskap

Vaktene på Waterstones Piccadilly er delt opp i to til tre skift. Når Sara kommer på jobb, er hun først med på et kort infomøte der daglig leder går gjennom hva omsetningen var dagen før og målet for dagen i dag.

– Vi blir oppdatert på bestselgende titler og hvordan månedens bøker ligger an. Er det en stor ny tittel som kommer ut denne dagen, får vi beskjed om det. På møtene får vi all mulig informasjon som er relevant, forklarer Sara.

Selv om dagsmål og omsetning spiller en stor rolle, er det noe som er vel så viktig hos Waterstones, forteller Sara: Ekspertise.

Sara forteller at bokkunnskap er avgjørende for om du får jobben som bokhandler i den britiske bokhandelskjeden. Da hun var på intervju, fikk hun spørsmål om alt fra fjorårets bestselgertitler til hvilken bok hun ville anbefalt en bestemor. Hun sier at hun ikke ble spurt om noe lignende på intervjuet hos Norli.

– Min erfaring er at kunder i norske bokhandlere ikke forventer ekspertisehjelp. Det kan være fordi bokhandlene ansetter folk uten å legge vekt på hva de kan om bøker. Jeg så en utlysning av en butikksjefsstilling hos ARK der ordet «bok» ikke var nevnt, sier Sara.

Økt leselyst

Selv om Sara Smedhus ser store forskjeller i driften av norske og engelske bokhandelkjeder, ser hun også felles trender i de to landene:

– Lesing er blitt kult, fastslår hun.

– Det er tydeligere nå enn for to år siden. Særlig TikTok har skapt store trender. Spesielt er romantikk en sjanger som selger mye mer nå. Forfatteren Colleen Hoover's bøker er et eksempel på hvordan TikTok fungerer, bøkene hennes har spredd seg som ild i tørt gress.

Sara forteller at kunder som aldri før har lest dukker opp i bokhandelen og skal ha bøker de har sett på sosiale medier. Det er gjerne de samme bøkene som går igjen blant disse.

– Bokinfluensere, hvis man kan kalle dem det, er ikke opptatt av å være først ute med å anbefale en bok. De fleste anbefaler de samme bøkene, og det er derfor et stort fokus på enkelttitler.

Sara mener at måten vi snakker om bøker har påvirket bokinteressen til unge:

– Det er ikke nødvendigvis boka i seg selv som gjør at den selger, men hvordan den blir snakket om. Gjennom sosiale medier har sjangere som romance, manga og YA fått mer respekt. Det er en ny gruppe lesere, en gruppe som ikke har de samme fordommene mot litteratur som eldre lesere. Det er ikke høystatuslitteratur som er trendy blant unge lesere, men litteratur som er mer tilgjengelig.

– MAREN SIMONSEN

Slett ikke venneløs

ARK og Gøril Joys Johnsen har 1,2 millioner venner til bords. Men vennskap bør som kjent ikke misbrukes.

MED 1,2 MILLIONER ARK-VENNER:
Gøril Joys Johnsen

– Vi har bygd en merkevarelojalitet og tilstedeværelse i folks liv, sier Gøril Joys Johnsen, fersk toppsjef i ARK – og stadig omgitt av venner: Hun har gått fra enn toppjobb i Coop, som har Norges kanskje største kundelojalitetsprogram, og over til ARK. Bokhandelskjeden har sikret seg nok venner til å dekke et langbord fra Oslo til Trondheim:

– Vi har 1,2 millioner ARK-venner og vår kunnskap om disse gir oss muligheten til å være relevante og skreddersy handleopplevelsen nettopp for deres behov. Det gir virkelig gode data for å kunne bli enda mer relevante.

Ingen teppebombing

Sett utenfra har norske nettbokhandlere et stykke opp til Amazon-nivå med sine «likte du denne, vil du også like denne»-anbefalinger.

– Når det gjelder å bruke de gode dataene vi sitter med, har vi fremdeles en lang vei å gå. Vi og mange med oss har vært gode på segmentering, men én til én-kundeforhold er det få som gjør godt, sier Gøril Joys Johnsen, og trekker frem Oda som den norske aktøren som kanskje har vært dyktigst på dette feltet.

Man skulle kanskje tro at godt over millionen av venner ga vidunderlige muligheter til teppebombing med gode tilbud. ARK-sjefen er klar på at en da viktigere enn å bruke disse dataene, er å aldri misbruke dem:

– Det handler om å kommunisere det vi vet kundene vil ha. Når man har en stor kundebase, kan det være fristende å pøse ut all verdens tilbud. Det er en av de største feilene man kan gjøre.

– Andre misunner oss

– En av de viktigste grunnene til at jeg ønsket meg jobben i ARK Bokhandel er nettopp kombinasjonen av nett og fysisk butikk. De fleste kunder liker å handle på tvers av kanaler, og kom-

binasjonen gir oss muligheten til å gi kundene en opplevelse av nærhet samtidig som vi er tilgjengelig for dem overalt, sier Joys Johnsen.

Teknologi og netthandel har vært satt på «fast forward» gjennom pandemi-perioden. For norsk bokhandel har samspillet mellom nett og butikk, og ikke minst ymse klikk og hentløsninger, vært i fokus:

– For oss som har jobbet mange år i etablerte detaljhandelskjeder, kan det noen ganger være lett å fokusere på at aktører som er født digitale ofte har mer moderne teknologi enn oss som har vært etablert lenge. Dette er en sannhet med modifikasjoner. Jeg er også helt overbevist om at de som er utelukkende digitale misunner oss som har muligheten for å treffe kundene våre i både fysisk butikk og på nett. Det er ofte enklere å implementere ny teknologi, enn å etablere nye butikker, fastslår Gøril Joys Johnsen.

Viktige venner

Der får hun følge av Norli-sjef John Thomasgaard, som mener samspillet mellom nett og butikk er helt avgjørende i dag:

– Kundene forventer å kunne sjekke tilgjengelighet og reservere varer. Nettet styrker butikkene og butikkene gjør netthandelen mer attraktiv fordi man blant annet kan plukke opp varen nesten umiddelbart. Det gjør at i mange situasjoner er det umulig for en ren netthandel å konkurrere på fleksibilitet og hurtighet, sier Thomasgaard, og legger til: – I vår bransje og i faghandel med stort utvalg generelt vil jeg hevde at det ikke er mulig å bli god på nett uten et godt butikknett og vice versa. Vi får synliggjort et enormt utvalg og vi får styrket økonomien og kundetrafikken til butikkene.

Også John Thomasgaard kan skryte på seg flere venner enn de fleste. Nesten 800 000 er nå medlemmer

i Norlis kundelojalitetsprogram, og disse kan blant annet glede seg over et «kaffekort-prinsipp» med hver sjette pocketbok og hvert sjette kort gratis – samt et godt backlist-tilbud på «månedens bok».

– Disse Norli-vennene er veldig viktige for oss, og vi har planer om nye fordeler i medlemsklubben. Vi jobber også med å få nok data til å kunne gi mer tilpasset bokinformasjon og anbefalinger, forteller Thomasgaard.

– VEBJØRN ROGNE

– Når man har en stor kundebase, kan det være fristende å pøse ut all verdens tilbud. Det er en av de største feilene man kan gjøre.



Hele 115 fysiske bokhandler – tilsvarende mer enn en fjerdedel av Bokhandlareforeningens medlemstall – forsvant fra Sverige-kartet i perioden 2010–2019.

Betinget svensk bokhandel-optimisme

Det svenske boksalgel landet på ny, historisk toppnotering i 2021. Det gir grunnlag for en forsiktig framtidsoptimisme.

I 2021 ble det i Sverige solgt bøker for 5,1 milliarder svenske kroner – hvilket er ny omsetningsrekord. Med slike tall bør det vel være vanskelig å ikke se lyst på framtida, men samtidig synes den kanskje mer usikker enn noensinne? Stikkordet her er selvsagt covid-19. Hvilke konsekvenser har pandemien hatt på kort sikt og hvilke konsekvenser kan den få på lang sikt? Og med en dominant e-handel og raskt voksende strømmetjenester, hvor står bokhandelen midt oppi alt dette?

– Vi står ganske godt og har gode forutsetninger for å gjøre det også framover, fastslår Maria Edsman, administrerende direktør i Bokusgruppen, som blant annet eier Sveriges største bokhandelkjede: Akademibokhandeln.

I dag omfatter Akademibokhandeln ganske nøyaktig 100 bokhandler, hvorav 73 er eid av Bokusgruppen og de resterende er franchise. Sammen har de en markedsandel på rundt 70 prosent av omsetningen i fysiske bokhandler, noe mange karakteriserer som en meget uheldig og bekymringsverdig markedskonsentrasjon.

Ikke helt uventet er Edsman på langt nær like betenkt:

– Det hadde vært grunnlag for bekymring dersom mesteparten av boksalgel fant sted i den fysiske bokhandelen. Men slik er det ikke. I dagens Sverige står e-handelen for om lag halvparten av omsetningen, digitale abonnementsordninger for cirka 25 prosent og den tradisjonelle bokhandelen for 21 prosent. Så selv om Akademibokhandeln har 70 prosent av omsetningen i landets bokhandler, utgjør det bare rundt 15 prosent av totalen. Og det er tross alt et godt stykke unna markedsdominans, argumenterer Edsman.

Flytter til mindre lokaler

Når Bok og Samfunn besøker Edsman i Bokusgruppens lokaler på Kungsholmen i Stockholm, er det god plass rundt oss. Fortsatt distansejobber mange av medarbeiderne, og Edsman tror erfaringene pandemien har gitt på dette feltet vil føre til konsekvenser både for Bokusgruppen og den enkelte bokhandelen.

– Vi er faktisk på flyttefot, til litt mindre lokaler ikke så langt unna.

KJEDETOPP: Maria Edsman



BOKHANDELKJEMPE: Akademibokhandeln er Sveriges store bokhandelskjede med rundt hundre bokhandlere.

Huseierens ønske om kraftig økt husleie førte til at vi begynte å se oss om etter andre lokaler, og med den utviklingen vi ser i organisering av arbeidet følte det naturlig å prøve å finne noe litt mindre. Selv om mange vil komme tilbake til kontoret når pandemien er over, vil vi nok likevel oppleve at flere fra tid til annen jobber hjemmefra. Da vil man ikke trenge like store kontorlokaler, resonnerer Edsman.

Det er ikke bare for Bokusgruppens hovedkontor økt bruk av hjemmekontor kan gi fysiske utslag, det kan også få konsekvenser for morgendagens bokhandler.

– Under pandemien har salget gått betraktelig ned i mange sentralt be-

liggende bokhandler, mens vinnerne har vært bokhandler som ligger i boligstrøk. Foreløpig vet vi lite om hvordan det vil se ut på den andre siden av pandemien, men dersom flere i framtiden jobber hjemmefra, er det grunn til å tro at det vil bety noe også for hvor folk kjøper bøker, sier Maria Edsman. Hun bekrefter at vurderingene av både størrelse og lokalisering av bokhandler av den grunn kan te seg litt annerledes framover enn det som har vært normen for Akademibokhandeln.

– Hittil har de aller fleste Akademibokhandler vært av omtrent samme størrelse, samtidig som de fleste har ligget sentralt. Det kan godt være at

vi vil etablere noen mindre filialer i litt mindre sentrale strøk, samtidig som vi kan legge ned noen som ligger i sentrum, sier Edsman.

Venter en liten oppgang?

I Sverige hadde bokhandelen et godt tiår rett etter millennium. Da mosen på bøker i 2002 ble senket fra 25 til 6 prosent, økte både lønnsomhet og nyetableringer. Men med e-handlens inntog og kraftige vekst ble oppturen på 00-tallet snudd til en kraftig nedtur på 10-tallet. Hele 115 fysiske bokhandler – tilsvarende mer enn en fjerdedel av Bokhandlareforeningens medlemstall – forsvant fra Sverige-kartet i perioden 2010-2019. En

del av disse som et opplagt resultat av kjedefusjonene mellom Bokia og Akademibokhandeln i 2014, samt Uggla og JB i 2018, men også mange mindre uavhengige bokhandler måtte lukke dørene for godt.

De siste årene har nedgangen imidlertid stoppet opp og det siste året faktisk snudd til oppgang. Bokhandlareforeningen opplyser at de ved utgangen av 2021 hadde 263 medlemmer, hvilket er sju mer enn året før. (Ti nye er kommet til, tre er forsvunnet).

– Det er veldig lenge siden vi har hatt en så positiv utvikling. Det må være flere tiår siden, kommenterer Bokhandlareforeningens styreleder Maria Hamrefors.

Igjen skaper pandemien trøbbel

for dem som vil se inn i krystallkulen, men den uavhengige bokanalytikeren Leif Olsson vil ikke utelukke et trendbrudd. At den faktiske nedgangen er stoppet opp og at de siste par årenes stabilitet vil fortsette. Kanskje til og med bli til en liten vekst?

– Lønnsomheten for den lille bokhandelen er blitt vesentlig forbedret de siste par årene. Dette vil fort kunne påvirke interessen for å overta eksisterende og kanskje til og med etablere nye bokhandler, har Leif Olsson uttalt til Svensk Bokhandel.

Synergi mellom bokhandel og e-handel

Mens de mest dystre spådommene for noen år siden varslet at massedøden blant fysiske bokhandler var

nært forestående, er signalene i dag altså langt mer positive. Riktignok har både e-boka og strømmetjenestene kapret markedsandeler de siste årene, samtidig som e-handelen er blitt det klart største omsetningsledet også for fysiske bøker. Men, bokhandelen har holdt ut, og i dag tyder mange signaler på at den fysiske og digitale bokhandelen kan leve godt side om side. Kanskje kan de to til og med styrke hverandre?

– For Akademibokhandelen ser vi i hvert fall at omsetningen online står sterkere på steder hvor vi også har en fysisk bokhandel. Og det er neppe en tilfeldighet at digitale aktører som Amazon og AdLibris begge har åpnet et par fysiske butikker. Den klassiske bokhandelen fungerer som et utstil-

Bokusgruppen

er et børsnotert selskap som driver:

- Akademibokhandeln - står for 60 prosent av Bokusgruppens omsetning.
- Bokus – drevet e-handel med bøker siden 1997. Ved siden av AdLibris det største for salg av bøker online i Sverige
- Bokus Play – abonnements-tjeneste som tilbyr e-bøker og kjøp/strømming lydbøker

Akademibokhandeln

- Åpnet sin første butikk i 1971 i Stockholm, med Stockholms Universitets studentforening som eiere, under navnet Academus
- Skiftet navn til Akademibokhandeln i 1992, etter fusjon med Esselte Bokhandel.
- Ble del av Kooperativa Förbundet i 1998, og eides til 65 prosent av KF Media
- Ved årsskiftet 2012/2013 fusjonerte de to bokhandelskjedene Akademibokhandeln og Bokia, fortsatte under navnet Akademibokhandeln.
- Eies i dag av Bokusgruppen
- Har i dag 100 bokhandler som i 2021 omsatte for 1,04 milliarder svenske kroner. Det var 3,4 prosent opp fra 2020
- Selger også bøker online gjennom Akademibokhandeln e-handel

Svenske nøkkeltall

Omsetning i ulike kanaler 2021 i millioner svenske kroner

- Fysisk bokhandel: 1027 (markedsandel 20,1 prosent)
- Netthandel/bokklubber: 2513 (49,3 prosent)
- Dagligvarehandel: 224 (4,4 prosent)
- Digitale abonnements-tjenester: 1336 (26,2 prosent)

Kilder: Svensk Bokhandel, Svenska Bokhandlareforeningen, Bokusgruppen

lingslokale for den digitale, samtidig som den styrker kundelojaliteten, sier Maria Edsman, som også peker på betydningen av menneskelig kontakt.

– Å handle online er suverent hvis du vet nøyaktig hva du vil ha. Men gjør du ikke det, framhever mange den fysiske bokhandelens mulighet til å se og ta på bøkene og spørre betjeningen om råd som en stor fordel. Vi ser også at stadig flere av våre kunder ønsker en «click and collect»-løsning, der de kan bestille boka på nettet og hente den i bokhandelen like etter.

Maria Edsman tror at samspillet bokhandel/nett også kan være et argument for å skape større forskjeller blant bokhandelene. I dag har nesten alle bokhandler tilknyttet Akademibokhandeln-kjeden omtrent like stort areal, og kunden skal straks hen kommer innenfor døra kunne føle at «dette er en Akademibokhandel».

– Men tanken om en tilnærmet identisk størrelse står ikke like sterkt i dag. Det kan godt være at det nye handlemønsteret skaper behov for større differensiering, med store sentrale og litt mindre lokale bokhandler. Akademibokhandelns identitet bør kunne ivaretas uansett størrelse.

Sentralstyrt

Å kunne spørre noen om råd framheves som en av bokhandelens store fordeler. Men alle er ikke like sikre på Akademibokhandelns vilje eller evne til å gi disse gode rådene. Det

– Det er veldig lenge siden vi har hatt en så positiv utvikling. Det må være flere tiår siden.

mangler ikke på kritiske røster som hevder at kjedens sterkt sentralstyrte varesortiment svekker den lokale tilhørigheten, samtidig som det indirekte rammer kompetansen hos de butikkansatte. De som har kompetansen søker seg gjerne andre steder, blir det hevdet.

– Jeg har hørt den kritikken utenfra, men opplever den i svært liten grad internt, parerer Maria Edsman. Hun forsvaret kjedens sentralstyring og store fellesinnkjøp ved at det er viktig for å skape lønnsomhet i enkeltbutikkene.

– Dessuten har hver butikk mulighet og plass til å ta inn egne titler, foruten de som kommer sentralt. Der kan de satse lokalt eller mot en nisje de mener passer deres profil, sier Edsman. Hun innrømmer at rundt 50 egne av en total som ligger et sted mellom 4000-5000 titler ikke er all verden, men påpeker samtidig at mange av de titlene som kommer fra sentrallageret er sånne som «enhver bokhandler uansett ville kjøpt inn på egen hånd».

Papir og barn

En markedsleder som Akademibokhandeln må alltid forvente seg kritikk fra andre aktører, og mange har stilt

seg skeptisk til Akademibokhandelns satsing på «papir og annet» – en satsing som ifølge kritikerne går på bekostning av bøkene. Edsman er klar på at kjedens satsing på det sortimentet skal fortsette.

– Papir er viktig for oss! Vi har dessuten utviklet et sortiment med egne produkter. Men, det er selvsagt viktig å ikke ta det for langt. Boka må forbli i sentrum, fastslår Maria Edsman.

På spørsmål om hun i varesortimentet, utover bøker, kan se for seg noen nye kategorier som det kan satses på framover, nevner hun barn som målgruppe.

– Allerede nå tar spill og puslespill mer plass i våre butikker enn for noen år siden. Vi har også noen egne produkter for barn av typen kreativ skaperkraft, og jeg tror det er et område som kan vokse framover. Vi ønsker å ha stort fokus på barn, men uten at vi på noen måte vil bli en lekebutikk!

Å satse på barn kan jo også ha noe med å satse på morgendagens kunder. Men utover det, hva tror Maria Edsman er det viktigste for at bokhandelen anno 2030 skal funke og beholde sin sterke posisjon?

– Det viktigste er at kundene fortsatt skal kunne finne et bra sortiment, at våre ansatte er gode til å guide kundene og at selve butikkmiljøet er godt og attraktivt, svarer Maria Edsmann kontant. Der klarer ikke en gang pandemien å skape noe usikkerhet.

– LEIF GJERSTAD

Hvorfor lukter bæsje så vondt?



Hvorfor nyser vi?



Hva skjer med kroppen når vi dør?



MORSOM OG LÆRERIK BOK OM KROPPEN!

Lege Kaveh Rashidi svarer på barnas rare, morsomme og vanskelige spørsmål om alt de lurer på om kroppen.



FRA 6 ÅR

CAPPELEN DAMM

**BOK
365**

Hold deg oppdatert på litteratur og bokbransjenyheter på bok365.no.

Lykkelig som liten

Bare en av ti bokhandler i Sverige står utenfor kjedene. Men to av landets aller mest kjente er uavhengige. Og det vil både Söderbokhandeln og Hedengrens Bokhandel forbli.

Å komme inn i Söderbokhandeln på Götgatan i Stockholm er som å gå inn i en tidsmaskin og reise noen tiår tilbake i tid. De gamle, rødbrune trehyllene strekker seg fra gulv til tak gjennom hele lokalet. Mesteparten av gulvarealet er okkupert av to store bord som bugner av bøker. Og selv om den litt slitte sofaen i den bakre delen av lokalet er ment for kunder som i fred og ro vil bla gjennom bøker, er det ikke alltid like lett. Også på sofaen ligger det stabler.

Det er heller ikke helt usannsynlig at bildet er det samme, dersom du besøker bokhandelen om ti år. For Söderbokhandelns strategi for å møte morgendagens konkurranse fra kjeder, e-handel, lydbøker og strømnetjenester er å gjøre ... ingenting?

– Vi gjør da ganske mye, men vi har troen på det konseptet som har ført oss hit vi er i dag. Med et stort utvalg, god bredde, omfattende katalog og en kunnskapsrik stab som kan guide kundene, retter bokhandler Anna Gillinger oss med et smil.

Hun har vært i Söderbokhandeln i de siste 22 av de 95 årene den har eksistert, og er i dag omgitt av fem ansatte (pluss noe ekstrapersonale) i en butikk som omsetter for rundt ti millioner svenske kroner årlig.

– Det går bra for oss. Vi har sett et økende antall kunder komme inn gjennom dørene de siste årene, og ekstra gledelig er det at mange av dem

er unge. Jeg tror vi kan oppfattes som et alternativ for den aldersgruppen. De lever i en digital samtid der noen føler på en trøtthet for alt som blir likt. Og så oppdager de plutselig oss!

Satser ikke digitalt

Når det gjelder akkurat det, å bli oppdaget, har Söderbokhandeln en nær sagt perfekt beliggenhet. Midt på den travle handlegaten Götgatan mellom Gamla Stan og Medborgarplatsen er det mange som har veiene forbi, og med to T-banestasjoner kun få hundre meter unna i hver sin retning, er det også lett å finne tilbake.

– At vi ikke har forandret oss særlig, er trolig medvirkende til at mange kunder forblir lojale, samtidig som nye kommer til. Det kan høres ut som en klisjé, men en viktig oppgave for bokhandelen er å være et sted der du oppdager bøker du ikke visste fantes. Den opplevelsen gir vi kundene, sier Gillinger som opplyser at mange av bokhandelens yngre kunder synes å være opptatt av politikk, filosofi og

– At vi ikke har forandret oss særlig, er trolig medvirkende til at mange kunder forblir lojale, samtidig som nye kommer til.

vitenskap, samt gamle skjønnlitterære klassikere.

– Det virker som om de har en enorm interesse for å prøve å forstå sin samtid.

At samtiden er digital, har ifølge Gillinger ikke påvirket Söderbokhandeln særlig. Svært lite av omsetningen skjer på nettet, og der kan du verken kjøpe e-bøker eller lydbøker.

– Det vil kreve for store ressurser og mye tid å bygge opp noe velfungerende på nettet. Vi satser derfor ikke på det, men nøyer oss med en viss aktivitet på sosiale medier, med nyheter, tips om bøker og ting som skjer. Og det ser vi gir resultater, forteller Gillinger, som regner med at dagens modell skal funke også framover.

– Nettet har ikke påvirket vår måte å jobbe på, og selv om vi hører om folk som lytter på bøker har vi ikke merket til noen konkurranse derfra. Og selv om andre plattformer øker sin markedsandel, er det noe som lokker – også de unge! – med den fysiske boka. Jeg tror derfor framtiden for Söderbokhandeln blir å fortsette som nå, samtidig som jeg håper flere tør starte en uavhengig, lokal bokhandel. Det er også et demokratisk spørsmål!

«Kulturlandet Norge!»

Litt lenger nord i byen, ved hippe Stureplan, ligger Hedengrens Bokhandel. Det har de gjort siden oppstarten i 1897. I hvert fall nesten. For

MOTVEKT TIL DIGITAL TRØTTHET:
Anna Gillinger og Söderbokhandeln.



Jøll Gjensind

KONKURRERER PÅ SORTIMENT OG KOMPETANSE: Hedengrens-bokhandler Nicklas Björkholm.

skal vi være helt nøyaktig het de noe annet før de tok navnet Hedengrens i 1918, og for ett år siden måtte de flytte til nye lokaler. Men bare skarve 100 meter, fra selve Stureplan og inn i nærliggende Sturegallerian i det samme kvartalet.

– Store deler av kvartalet er under renovering og ombygging, derfor har vi midlertidig adresse her, forklarer Hedengrens-bokhandler Nicklas Björkholm. Og mens han geleider oss til et rolig hjørne av lokalet der vi kan snakke, roper han høyt så alle kan høre: «Kulturlandet Norge! Kulturlandet Norge!». Og han mener det ikke ironisk.

– Nei. Vi er bare misunnelige på Norges fastprissystem! De landene som har fastpris vil også ha kvalitet. Og da fortjener de betegnelsen kulturland!

Selv har han vært i kulturens tjeneste siden 1982. Da kom han til Hedengrens som praktikant og rakk også bli fast før den gamle bokhandleren døde i 1985. For å legge forutsetningene til rette for fortsatt uavhengig drift, fordelte den gamle bokhandleren aksjene på de ansatte. Siden da har Björkholm hatt stillingen som bokhandler. I dag har Hedengrens rundt tolv millioner i årlig omsetning, og Björkholm slår ut med hånden på spørsmålet om det går bra:

– Den store gullalderen for svensk bokhandel var på 1990-tallet, da hadde Hedengrens en omsetning på rundt 35 millioner kroner. Den kraftige nedgangen siden da har gjort at vi har måttet redusere personale og dra ned på volum, og vi har ingen store marginer å snakke om. Men, vi får lønn – og da får vi vel være fornøyde!

Sortiment, kunnskap, service

Akkurat som Gillinger i Söderbokhandeln framhever også Björkholm i Hedengrens «sortiment, kunnskap og service» som stikkord for hva som skal til for å drive og få en uavhengig bokhandel til å gå rundt.

– Vi kan ikke konkurrere på pris, vi må konkurrere på sortiment og kompetanse, fastslår Björkholm som satser litt mer digitalt enn kollegaen i Söderbokhandeln gjør.

– Vår største konkurrent er nettet, og jeg skulle gjerne sett at vi hadde en bedre nettside. Det er ikke mye av vårt salg som foregår der, men kan vi ekspandere på det feltet vil det kunne styrke vår posisjon.

Konkurransen fra lydboka og strømmetjenestene hevder han at

han nesten ikke merker, men innrømmer at han likevel er litt skeptisk til lydboken.

– Jeg frykter at forfattere på sikt tilpasser seg et mer muntlig språk som kan forsøple det skriftlige. På den annen side kan lydboka trekke inn nye lyttere, som igjen kan bidra til å rekruttere nye lesere.

Uaktuelt med fastpris

Selv om Björkholm hilste oss velkommen med «Kulturlandet Norge», er fastprissystemet for bøker et ikke-tema i Sverige. Det skrotet de i 1970, og en revers er så uaktuell at ingen gidder bruke energi på spørsmålet. Heller ikke Söderbokhandelns Anna Gillinger:

– Derimot kunne jeg godt tenkt meg fast pris ut fra forlaget. Som det er i dag favoriserer rabattmulighetene de store aktørene, de store kjedene.

Et fastprissystem ut fra forlaget ville gjøre konkurransen mer rettferdig og øke muligheten for små, uavhengige bokhandler å overleve, kommenterer Gillinger.

Hun påpeker at rabattene kan variere kraftig, men antyder at de kan ligge et sted mellom 15-35 prosent av såkalt F-pris ut fra forlaget til de store kjedene, mens rabatten Söderbokhandeln kan håpe på sjelden overstiger 15 prosent.

Björkholm mener også at forlagenes rabatter i stor grad havner hos feil bransjeledd.

– Mye går til aktørene innen e-handel. Men de er jo bare speditører, alt de gjør er å distribuere boka. Det er vi, bokhandlerne, som gjør den ordentlige jobben, så det burde være vi som fikk forlagsrabatten!

Bokhandelkjedene og e-handelaktørene forsvare sine store rabat-





OSER AV HISTORIE: Sturegallerian og Hedengrens.

ter med det store volumet de handler inn. Noen har argumentert for at også små, uavhengige bokhandler kunne finne sammen og oppnå stor-driftsfordeler på noen områder. Det har verken Gillinger eller Björkholm særlig tro på.

– Det ble gjort et forsøk på samarbeid for ti år siden, men det viste seg å være vanskelig. Det er store forskjeller blant de ulike bokhandlerne, og et slags sentralstyrt innkjøp blir jo også et paradoks for uavhengige. Det vi derimot kan, og gjerne gjør, er å dele erfaringer med hverandre, kommenterer Gillinger.

Bøker morsommere enn linjal

Mens Maria Edsman i Akademibokhandeln trekker fram satsing på

«papir og annet» som viktig for morgendagens bokhandel, viser verken Gillinger eller Björkholm entusiasme for en slik tankegang.

– Hedengrens førte faktisk papir fram til 1973, men da kuttet vi ut det sortimentet og har ingen planer om å ta det inn igjen. Bøker er tross alt mye morsommere enn linjal, fastslår Björkholm, som i stedet antyder økt satsing på forfattertreff og «gallerivirksomhet» – på de veggene det måtte finnes plass – som eksempler på mulige satsingsområder framover.

– Vi må sørge for at det skjer noe i butikken, noe som gir kundene en ekstra grunn til å stikke innom, sammenfatter Björkholm. Som i forbindelse med flyttingen også lanserte «fine dining» som et mulig framtds-

konsept, i samarbeid med den kjente restauranten Sturehof.

– Våre lokaler står tomme på kveldstid, deres på dagtid. Med lokaler inntil hverandre var planen å omgjøre et av værelsene til et fellesrom med både bøker og bord. Så kan døra til Sturehof være låst og rommet og bordene bli brukt av Hedengrens kunder på dagtid, mens døra til oss blir låst og værelset på kveldstid i stedet brukes av Sturehof til fine dining i litterære omgivelser, forklarer Björkholm. Men han presiserer at disse planene både er usikre og ligger litt fram i tid.

– Slik det ser ut nå skal vi være i våre nåværende lokaler i ytterligere tre-fire år, og foreløpig vet vi ikke helt hvor vi havner. Men blir det, i likhet med tidligere, som nabo til Sturehof, er det god mulighet for at vi går videre med planene.

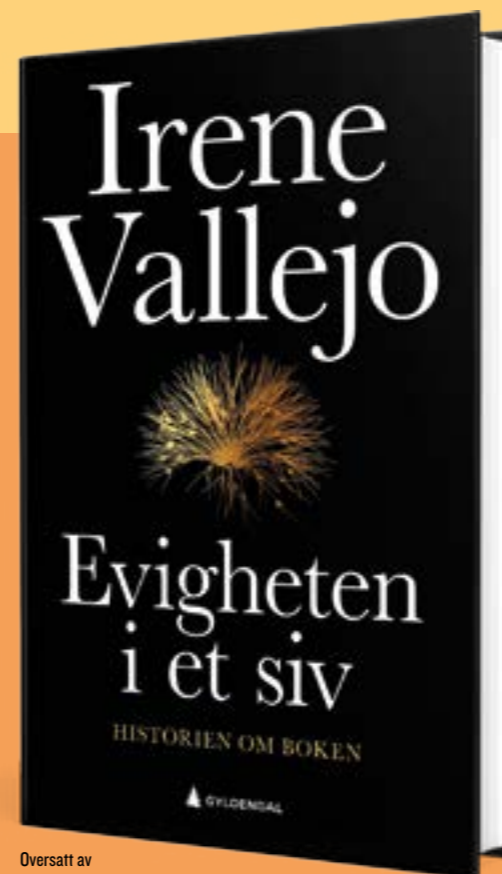
– LEIF GJERSTAD

VÅRENS LITTERÆRE SNAKKISER

«Fabelaktig!»

Joakim Tjøstheim, *Dagbladet*

Fartein Horgar,
Adressa

Oversatt av
Hedda VormelandOversatt av
Lene Stokseth

Stein Roll,
Adressa

Cathrine Krøger,
Dagbladet

«Et skattkammer
av en bok.»

Anna Serafima S. Kvam, *Stavanger Aftenblad*

«Usedvanlig rikt og underholdende
om bokas og skriftens historie.»

Geir Pollen, *Klassekampen*

«Ein forførende vegvisar til
bokas historie.»

Margunn Vikingstad, *Morgenbladet*

Følg oss gjerne!



facebook.com/Gyldendal.no



gyldendal_no



GYLDENDAL

Verdens 20 vakreste bokhandler

Det er sannelig mange vakre bokhandler her i verden. Vi har samlet 20 av dem på et brett. På de neste sidene finner du de vakre, storslagne og imponerende, de moderne og linjelekre, og de sjarmerende, kule og funky.

VEBJØRN ROGNE

LIVRARIA LELLO: Mange holder en knapp på Livraria Lello i Portugals nest største by Porto når verdens vakreste bokhandel skal kåres.



Cherrydonut / Shutterstock

ARC N BOOK: Vakre Arc N Book er blitt et landemerke i Sør-Koreas hovedstad Seoul, og mang en filmscene er blitt skutt i disse omgivelsene.



ITI / Shutterstock

ATLANTIS BOOKS: Vi har tidligere omtalt denne, og flere av våre lesere har vært der. Hos sjarmerende Atlantis på den greske øya Santorini slentrer varme sommerdager av sted.



Kadu Bercan / Shutterstock

CARTURESTI CARUSEL: Lyse omgivelser og rene linjer i den vakre bokhandelen i den rumenske hovedstaden Bucuresti.



zefar / Shutterstock

SHAKESPEARE AND COMPANY: Denne bokhandel-klassikeren i Paris' femte arrondissement er en magnet for tilreisende bokfolk.



Changhaif 76 / Shutterstock

DAIKAYA: Denne unike og vakre bokhandelen i den kinesiske storbyen Xi'an, tiltrekker seg mange besøkende.



Ihor Serdyukov / Shutterstock

LIBRERIA AQUA ALTA: Høy sjarmfaktor på denne verdensberømte bruktbokhandelen i Venezia.

DUOYUN: Oppe i lyset, i en av verdens høyest beliggende bokhandler: Duoyun i 52. etasje av Shanghai Center.



Stack of joy / Shutterstock

SEOUL TREASURE DEN: I den sør-koreanske hovedstaden kan man virkelig gå på jakt gjennom «hulen» i denne bruktbokhandelen.



Inudes sctuklins / Shutterstock

LAST BOOK STORE: Noen drar kanskje kjensel på denne detaljen fra en av verdens kuleste bokhandler: The Last Book Store i Los Angeles.

COEX STARFIELD LIBRARY: Joda, vi «jukser litt» her. Dette er mer et bibliotek med en bokhandel enn omvendt, men dette bok-Eldoradoet i Starfield COEX Mall i Sør-Koreas hovedstad Seoul er uansett litt av et skue.



Thongchai S / Shutterstock

TROPISMES: Her kan de definitivt ikke klage på omgivelsene. Siden 1984 har bokhandelen Tropismes hatt tilhold i Galeries Royales Saint-Hubert i Brussel.



Boonid Horvath / Shutterstock



Pia / Shutterstock

STRAND BOOKSTORE: Kanskje ikke verdens vakreste, men Strand på Manhattan er definitivt en av de kuleste. Mange tar turen til 828 Broadway, på hjørnet av East 12th Street.

LEAKY'S BOOKSTORE: Denne bokhandelen i skotske Inverness mangler slett ikke særpreg.



James Merron / Shutterstock



Wu Mopie / Shutterstock

BOEKHANDEL DOMINICANEN (POLARE MAASTRICHT): Denne nederlandske bokhandelen, beliggende i en gammel dominikansk kirke i Maastricht, er faktisk blitt stemt fram som verdens vakreste.



Schachima / Shutterstock

TAKEO CITY: Flotte omgivelser for bokhandelen i Takeo City Library and History Museum i Fukuoka i Japan.

ZHONGSHUJE: Denne særpregede, ekstravagante bokhandelen i den kinesiske storbyen Chongqing har blitt en favoritt blant byens befolkning og tilreisende bokinteresserte og instagrammere.



Zorogabriel / Shutterstock



R.M. Nunes / Shutterstock

EL ATENEO GRAND SPLENDID: Verdens aller vakreste? I hvert fall holder argenterne en knapp på sin berømte bokhandel, beliggende i et hundre år gammelt teater i Buenos Aires.



Infrogessinae / Shutterstock

DAUNT BOOKS MARYLEBONE: Klassisk vakkert og britisk i London.



Tanawat Chantadilokrat / Shutterstock

THINKSPACE B25: Moderne linjer preger denne bokhandelen i shoppingssenteret Central Eastville i Bangkok.

– Ikke bare selger vi blåpapir, vi vet også hva det er

Om å lykkes med en uavhengig bokhandel i et land dominert av bokhandelskjeder.

– Sagene trengte et rom for arrangementer, et formidlingssted, og en bokhandel som ikke bare solgte «mainstream»-litteratur, svarer Angelique Heggheim på spørsmål om hvorfor hun i 2018 bestemte seg for å kjøpe bokhandelen hun var ansatt i. I tospann med samboeren Espen Munkebye eier og driver hun Sagene bokhandel i Oslo. Bokhandelen er en av få uavhengige bokhandlere som er igjen i byen.

Den fysiske bokhandelen

En uavhengig bokhandel lener seg ikke på noe annet enn grunnmuren som bærer den, og er mer sårbar for miljøforandringer enn kjedebokhandlene. I 2020 fylte Sagene bokhandel 80 år, Angelique og Espen skulle holde 80 arrangementer for virkelig å feire fødselsdagen, men etter ti-tolv arrangementer satte coronaen punktum for feiringen. For en bokhandel som har arrangementer som «innpisker» og markedsføringskanal, gikk det overraskende greit å holde stengt, mye takket være nabolaget:

– På Sagene tar man vare på hverandre, sier Espen, – Sagene er som en egen landsby, det er mange uavhengige butikker og kafeer her, og folk

kjenner hverandre og bryr seg om hverandre.

Da butikken stengte satte paret i gang «take away»-ordning med bøker, og med hjelp av et stort, lojalt kundennettverk, kom Sagene bokhandel seg helskinnet gjennom pandemien.

Sosiale medier ble viktig for å holde kontakten med kundene, men nettbutikk har de fortsatt ikke.

– Vi har diskutert det, men er redde for at det vil ta fokuset bort fra den fysiske butikken, og det vil vi ikke, sier Espen. – Møtet og samtalen med kunden er vårt største konkurransefortrinn.

Det lille ekstra

En bokhandel som tidligere også holdt til på Sagene, er barnebokhandelen Svovel. I år er det ti år siden Tora M. Norberg, Anders Nederhoed og Ellen Renberg bestemte seg for å åpne bokhandelen som nå ligger i Rathkes gate på Grünerløkka i Oslo. Nisjebokhandelen, som kun fører barnebøker, var opprinnelig en bigeskjeft til illustrasjons- og designbyrået Svovel, men er i dag en vel så viktig del av driften. Ellen, som i dag eier alene, forteller at det har krevd mye egeninnsats for å få det til å gå rundt.



MED STERK LOKAL POSISJON: Angelique Heggheim og Espen Munkebye i Sagene bokhandel



MED STERK TRO PÅ NISJEBUTIKKENE: Ellen Renberg (til venstre) og Trine Louise Ween.

– Etter fire år på Sagene flyttet vi til Grünerløkka, men i en gate som ligger litt utenfor den største folkestrømmen. Først etter fire nye år begynte det å gå bedre for oss, og mye av grunnen til dette var at vi hadde økonomi til å ansette Trine Louise Ween, som er fullstendig dedikert til driften av butikken, sier hun.

Så kom pandemien, og Ellen og Trine Louise så sitt snitt til å starte nettbutikk, til tross for at de tidligere delte skepsisen til Angelique og Espen hos Sagene bokhandel.

– Filosofien vår har vært den samme hele tiden: Vi yter det lille ekstra for kundene våre. Vi skal ha kunnskap om alle bøkene vi har i butikken for at riktig bok skal finne riktig leser. Og lenge trodde vi at dette segmentet ville forsvinne med nettbutikk, sier Ellen.

De fant en løsning. I nettbutikken gir Trine Louise, Ellen og Agnes sine egne, personlige anbefalinger. Iste-

denfor rene omslagsfoto har de tatt egne bilder av bøkene der de også viser frem billedbøkens innside.

– Vi har en fordel nettopp fordi vi er små, sier Trine Louise. – Det er ikke prisen vi konkurrerer med de store bokhandlerkjedene om – men service og kunnskap. Vi har tid til å sette oss inn i kundens situasjon – og til å lese de fleste bøkene vi tar inn. Det gjør at vi faktisk vet nøyaktig hva vi kan tilby dem.

Pandemien, som til å begynne med bekymret dem, førte til at kundegruppen vokste.

– På Sagene tar man vare på hverandre. Det er som en egen landsby, det er mange uavhengige butikker og kafeer her, og folk kjenner hverandre og bryr seg om hverandre.

– Fordi vi tilbød å levere bøkene på døra, ble vi enda mer knyttet til kundegruppen vår. Dette har gjort at vi har enda mer lojale kunder, som ønsker å handle hos oss igjen og igjen.

Lav pris, lav verdi

– De store bokhandlerkjedene kan kjøpe bøker fra forlagene i store kvanta og får derfor høye rabatter og nedkrediteringsavtaler som gjør at de selger bøkene på salg umiddelbart etter at fastprisperioden er over, forteller Angelique og Espen hos Sagene bokhandel.

For dem er situasjonen en annen.

– Vi blir skremt av makten til de store kjedene, de kjøper enorme mengder bøker som de pusher for så å dumpe prisene så fort de kan. Det gjør at bøkene får kort levetid, sier Espen. Han mener at forlagene også har skyld i at bøkene lever kortere enn nødvendig. – Mange nye bøker lever i

knappe tre måneder der de markedsføres for fullt, og så er det brått slutt.

Både Angelique og Espen er enige om at lave priser devaluerer bøkene, og fremhever at noe av visjonen deres er nettopp å holde på bokas verdi:

– Som selvstendig bokhandel kan vi aldri vinne på pris, men heldigvis er det så mye annet ved bøker så mye annet man kan markedsføre med, sier Angelique. – For eksempel skriver vi ofte dikt og tekstutdrag med kritt på fortauet utenfor butikken eller i SoMe-kanalene våre.

For å holde på bokas verdi er paret avhengig av kunder som også gjør det, «ordentlige bokfolk» som de kaller dem.

– Mange av de som kommer til oss er genuint opptatt av og glade i litteratur, det er ikke prisen som bestemmer om de skal ha en spesiell bok eller ikke, sier Angelique. – De er ordentlige bokfolk.

Nisjebloomstring

Angelique og Espen forteller at det hender at kjedene tømmer lagrene for nye utgivelser, så det ikke er mulig for dem å få tak i boka.

– Sist det skjedde var før jul, flere titler var utsolgt fra distributørene samtidig som ARK og Norli hadde store bunker av dem, forteller de. – Siden vi er medlem av Bokhandlerforeningen har vi skaffeplikt, men det blir vanskelig å skaffe boka når kjedebokhandlene har kjøpt opp alt.

Hos Svovel har Ellen og Trine Louise valgt å ikke være medlem av Bokhandlerforeningen. Det betyr at de går glipp av rabattordninger, men også at de velger helt selv hvilke bøker de skal ha i sortimentet.

– Selv om vi får lavere rabatter enn flere av kjedebutikkene, så er det verdt å fortsette som vi gjør, sier Trine Louise. – Vi ønsker å ha full kontroll over hva vi tar inn, og vi skal ikke kjøpe inn bøker bare fordi det er rimelig.

– Vi tror nisjebutikkene vil blomstre enda mer. Det å kunne gå inn i en butikk og kikke er blitt noe man gjør for å kose seg, det blir noe familien kan gjøre sammen, noe som gir kvalitetstid.

Det tror vi bidrar til mer miljøsvinn, og at folk kjøper en bok fordi den er billig fremfor at de faktisk har lyst på den.

Ellen og Trine Louise ser en tydelig tendens i dagens bokmarked: To store bokhandlerkjeder tar over den største delen av markedet, i tillegg vokser e-bok- og strømmetjenester seg større.

De lar seg ikke skremme, snarere tvert imot:

– Som reaksjon på dette tror vi at nisjebutikkene vil blomstre enda mer, sier Trine Louise. – Det å kunne gå inn i en butikk og kikke er blitt noe man gjør for å kose seg, det blir noe familien kan gjøre sammen, noe som gir kvalitetstid.

– Hvordan ser fremtidens bokhandel ut?

– Vi tror at fremtidens fysiske butikker vil bestå av flere nisjebutikker som retter seg tydelig mot én målgruppe fremfor å favne absolutt alle. Spesialforretninger som har god kunnskap om de varene de selger, og som kan tilby noe annet enn det man kan lete seg fram til i konglomeratet på nettet, sier de.

Et utvalg utover «det vanlige»

Hos Sagene bokhandel er Angelique og Espen opptatt av å ta inn varer som ikke nødvendigvis de kjedeeide bokhandlene har. I tillegg til et variert repertoar av kort – gjerne fra lokale kunstnere – satser de stort på puslespill. I hyllene står puslespill fra leverandører fra England, Tyskland, Danmark og USA.

– Du finner ikke et eneste Ravensburger-puslespill i hyllene våre, sier Angelique. Det var hennes pusledille som førte til at de satser på puslespill. – Jeg kjøpte ofte puslespill i utlandet

og tenkte «hvorfor kan vi ikke selge disse hos oss også», og så gjorde vi det, sier hun. Hun ser at det de selv er interessert i, selger mer, for eksempel har de sett økning av salg av lyrikk.

– Det har selvfølgelig en sammenheng med Instagram-poesien som har blitt stor de siste årene, men jeg tror også at det er fordi vi setter poesi høyt og at lyrikken har fått en bedre plassering i butikken, sier hun.

Det er ikke bare lyrikk og puslespill paret har gjort til sin nisje. – Vi er fortsatt den gamle, gode bok- og papirbokhandelen, sier Espen. – Vi selger papirvarer som ikke er så lett å få tak i lenger, blant annet trekkpapi, giroblanketter, notepapir, flytende blekk til fyllepenn, blåpapir og hullforsterkere.

– Ikke bare selger vi blåpapir og hullforsterkere, vi vet også hva det er, sier Espen.

– Hva er det?

– Hullforsterker er sånne man setter rundt hullene i ark man blar mye i for at de ikke skal bli ødelagte og falle ut av permen, det er noe for eksempel kor trenger, forklarer han. – Og blåpapir er papir som det man brukte på eksamen før i tiden for å lage kopier mens man skrev.

Blåpapir vet han ikke hva brukes til lenger, men det vet derimot Angelique: – Til brodering, for eksempel, sier hun. – Man legger papiret over stoffet så man kan tegne mønsteret man skal brodere etter, forklarer hun.

– Hvordan tror dere Sagene bokhandel ser ut i 2030?

– Kanskje vi har fått vasket vinduene, sier Espen. – Men ellers tror jeg den ser helt lik ut.

– MAREN SIMONSEN

Med fokus på pensumlitteratur

Studentene vil ha pensum på papir, fastslår Arnstein Bjørke. Slik tror han det også vil være i 2030.

Bokhandler Arnstein Bjørke utgjør den andre halvdel av bokkonsernet Vigmostad & Bjørke. Arno Vigmostad har hovedansvaret for forlagsdriften, mens Bjørke sjefer over bokhandel og distribusjon.

Akademika er fellesnavnet for alle bokutsalgene i Vigmostad & Bjørke-konsernet, og består av 27 campus-bokhandlere, samt av nettbutikkene akademika.no og haugenbok.no, og akademikabedrift.no som egen portal rettet mot bedrifts- og anbuds-markedet. Kjeden er landets tredje største kanal for omsetning av bøker. Bokomsetningen er omtrent halvparten av respektive ARK og Norli. I 2020 summerte de samlede driftsinntektene seg til tett oppunder 500 millioner kroner. Dette til tross for at campus-bokhandlene til tider var tvunget til å holde pandemistengt.

60 000 oppføringer

I tillegg til de nevnte 27 butikkene, kommer ytterligere 16 samskipnadside men samarbeidende med-

lemsbutikker, som til sammen omsetter for i overkant av 100 millioner kroner.

Nytt av året er at Ebok.no, som spesialiserte seg på salg av digitale bøker, lydbøker og strømming, er skilt ut i et eget selvstendig datterselskap Ebok.no AS. Dette selskapet driver også den nye strømmetjenesten for lydbøker, Coop Story som er et medlemstilbud myntet på 1,9 millioner medlemmer av Coop Norge.

Grovt estimert kan man regne med at noe i underkant av 70 prosent av den samlede omsetningen i Akademika går via campus-bokhandlere, mens resterende 30 prosent fordeler seg jevnt på direkte salg til bedrifts-markedet, biblioteker, høyskoler og universiteter, haugenbok.no og Ebok.no.

Med stadig flere studietilbud og flere høyere læresteder, ligger det en stor utfordring bare i å kartlegge selve pensumlitteraturen. I pensumdata-basen har Akademika samlet over 60 000 pensumlisteoppføringer, og



KONGEN AV CAMPUS: Arnstein Bjørke

med dagens stadig mer utbredte bruk av *print on demand* og *custom editions* (egne tilpassede utgaver) for det enkelte lærested blir pensumarbeidet stadig mer krevende, men også avgjørende konkurransefortrinn.

Pensum på papir

Hva mener så bokhandler Bjørke er de viktigste utviklingstrekkene for akademisk bokomsetning de seneste årene?

– I dag er papir fortsatt det viktigste formatet for studenten for å lese og lære pensumlitteratur. Akademika har i flere år gjennomført undersøkelser av studenters lesevaner, og svarene har vært konsistente: Studentene vil gjerne ha tilgang til pensum både på papir og digitalt, men hvis de blir tvunget til å velge er det kun fem prosent som sier de leser og lærer best med utelukkende digitalt pensum.

Bjørke tror papir og digitalt vil leve side om side i årene fremover og vil brukes i ulike studiesituasjoner.

– Bokhandelen på campus har én hovedoppgave: å gjøre all faglitteratur – uavhengig av format – tilgjengelig for studenter og ansatte på enklest mulig måte. Det er dette Akademika jobber kontinuerlig med.

Hurtig voksende strømmetjenester har påvirket mange bokkategorier, men på den akademiske arenaen er ikke dette særlig påtrende:

– Foreløpig er det lite som tyder på at strømmingen kommer til å få noen sentral rolle for akademisk pensumlitteratur, selv om vi ser forsøk fra diverse teknologi selskaper ute i verden.

Tvert imot beskriver Arnstein Bjørke ganske udramatiske bevegelser:

– Jeg vil si at utviklinga har vært stabil. Da vi overtok Akademika, Studia og flere campus-bokhandler i 2014 var det veldig mange som spådde både papirlæreboke og campusbok-

handelen «nord og ned». Fasiten nå åtte år etter er at studentene fortsatt foretrekker å kjøpe pensum på papir i bokhandelen på campus.

Skreddersøm og lokalkunnskap

Arnstein Bjørke fremhever at nett-handel og fysisk butikk spiller på lag:

– Vi kan ikke ha alle pensum og fagbøker i alle butikkene, men med nesten femti butikker i kjeden og et stort sentralt netthandelslager, er vi leveringsdyktig på det aller meste av pensumlitteratur, både norsk og internasjonalt, og det er det ingen andre i Norge som er. Vi har ca 18 millioner titler tilgjengelig via akademika.no. Vi sender stadig mer av netthandelsordrene direkte fra butikk og vi sender også mye mellom butikkene.

– Men papirbokomsetningen faller da vitterlig? Hvor langt ned er bokandelen av omsetningen kommet hos Akademika mot slutten av tiåret?

– Det er vanskelig å spå: For ti år siden fikk vi beskjed fra en direktør ved Universitetet i Oslo om at papir ville være borte fra campus om to år. Og ti år før var vel spådommene likegyldende. Digitaliseringa går raskt og studentene er veldig digitale på mange områder, men akkurat når det gjelder pensum så er tilbakemeldinga fra studentene veldig tydelig – pensum vil de lese på papir. Og selv om digitalt (e-bøker) salg mangedobler seg, er vi overbevist om det fortsatt selges vesentlig mer pensum på papir enn digitalt også i 2030.

– Så når vi vandrer inn på en campus-bokhandel om åtte år vil den ikke være veldig annerledes enn i dag?

– For 20–25 år siden var det mange som spådde at e-bøker ville overta for papirboka, men papirboka er fortsatt veldig dominerende. Det tror vi den vil være også om åtte år. Men samtidig tror vi også at dette er avhengig av vilkårene bransjen får. Får vi, og beholder vi, en Boklov som legger til

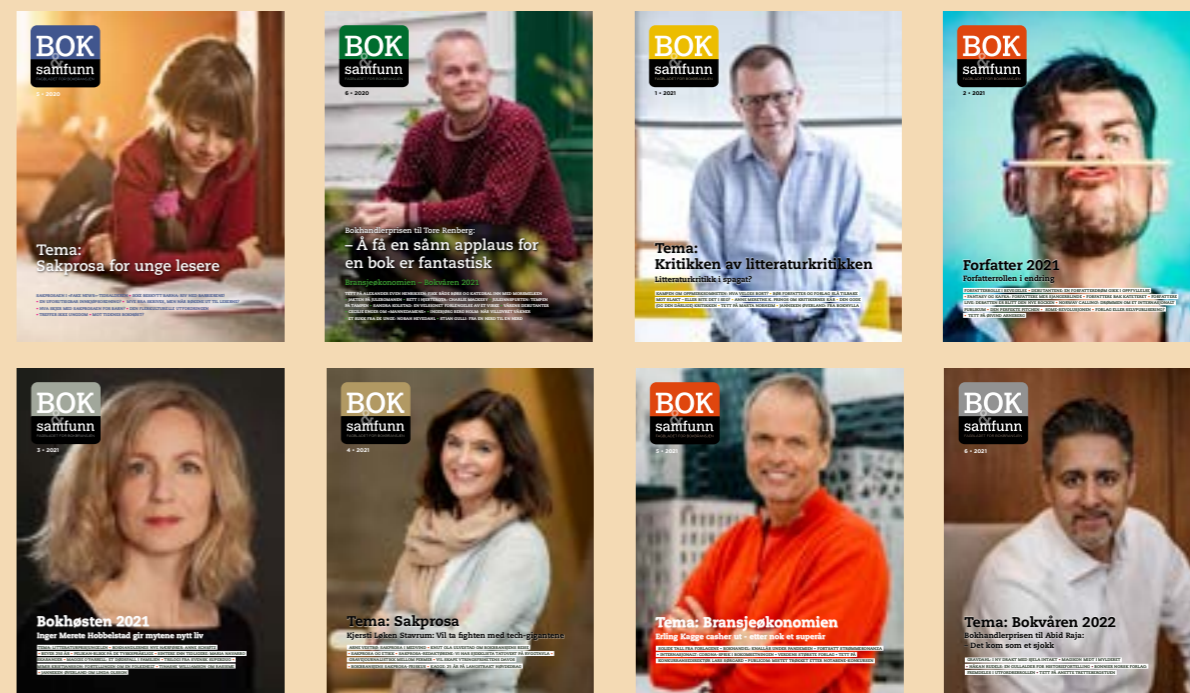
rette for bredde og mangfold, eller blir vilkårene fri markedsliberalisering – vil det avgjøre om det fortsatt vil være rom for et mangfold av små og store bokhandlere med for eksempel lokalt særpreg, kontra mer standardisert kioskreget utsalg av primært bestselgere.

– For Akademika sin del tror vi at de fleste studentene også i 2030 vil ønske å ha en leverandør som tar ansvar for å skaffe alt av pensumlitteratur papir og digitalt, både lokal og nasjonal, men også den internasjonale pensumlitteraturen. Vår jobb blir blant annet å gjøre kjøpsopplevelsen så problemfri og sømløs som mulig, og da tror vi at skreddersøm og lokalkunnskap bare vil bli viktigere.

– Hvilke av rammebetingelsene for bokhandel er viktigst for Akademika de nærmeste årene?

– Fortsatt momsfritak og fastpris er viktigst av de konkrete rammebetingelsene, men utover disse er vi nok svært avhengig av at politikerne ser og gir tydelige signal til academia om viktigheten av å ta vare på norsk fagspråk og norsk faglitteratur.

– ANDERS NERAAL



Bli abonnent på Bok & samfunn!

Årsabonnement: 995,-
Tilleggsabonnement for andre i din bokhandel,
ditt forlag eller selskap: 795,-

Send din bestilling med navn og adresse til: abo@bok365.no

Bokhandelen, 2030

En virtuell visitt sammen med Charlie inn i Willy Wonkas sjokoladefabrikk – eller kanskje en virtuell reise til India? Framtidens bokhandelbesøk kan arte seg litt annerledes enn i dag.





Vebjørn Rogne

NØDVENDIGHETSGODE: - Nest etter mat og vann, kommer folks behov for å lære nye ting, lese gode historier og bli underholdt, sier Gøril Joys Johnsen.

Et futuristisk tankeeksperiment: Hvordan vil det se ut når vi vandrer inn i en bokhandel i 2030? Vi utfordret kjedetoppene.

- Kanskje vil du i fremtidens bokhandel kunne gå inn i et *metaverse* og delta i yndlingshistoriene dine, ta og føle på de fysiske eksperimentene du ønsker å lære fra, eller visuelt reise til andre steder og universer samtidig som du får inspirasjon til hvordan du kan få ytterligere kunnskap gjennom produktene som tilbys i bokhandelen, sier ARKs kjedesjef Gøril Joys Johnsen. - Tenk deg om du for eksempel kan ta en virtuell reise inn i Roald Dahls eventyrverden og gå inn på sjokoladefabrikken sammen med Charlie og ta heisen sammen

med ham til dere finner Willy Wonka. Hvis ikke det gir inspirasjon til å lese Roald Dahls andre fantastiske bøker, så vet ikke jeg. En virtuell tur til India kombinert med en god faktabok skal heller ikke undervurderes i reiseplanleggingen. Ny teknologi gir alle disse mulighetene, og som bokhandler må

- Muligheter dukker opp som vi ikke kunne se et år i forveien. For eksempel at bøker skulle bli stort på TikTok og at 14 år gamle jenter plutselig skulle bli store bokkonsumenter.

vi være fremoverlente med å teste ut nye muligheter for å gi kundene våre relevant inspirasjon som gjør det gøy å handle i ARK sine butikker.

Tatt på senga av TikTok

Selv om fysiske butikker vil måtte tilby enda mer opplevelser og inspirasjon enn det som er tilfellet i dag og hjelpemidlene i butikken uten tvil vil være kommet lenger teknologisk, understreker ARK-sjefen at menneskene fortsatt vil være det aller viktigste:

- ARK Bokhandel har de aller beste og mest kunnskapsrike menneskene, og det skal vi også ha i 2030. Selv om mer omsetning vil flyttes over på nett, vil den fysiske bokhandelen fortsatt spille en viktig rolle. Grunn-

leggende skal vi bidra med det samme som i dag, inspirasjon uansett hvilken interesse du har, til å lære mer om deg selv, om alle andre, om hvordan samfunnet fungerer. Mennesker er sosiale vesener og vi liker opplevelsen av det fysiske og visuelle, og vi liker å møte andre mennesker, sier Gøril Joys Johnsen.

- I fremtiden vil vi se et enda bedre samspill mellom butikk og nett, og den enkelte bokhandel er mye mere lokalt tilpasset, sier Norli-kjededirektør John Thomasgaard. - Muligheter dukker opp som vi ikke kunne se et år i forveien. For eksempel at bøker skulle bli stort på TikTok og at 14 år gamle jenter plutselig skulle bli store bokkonsumenter. Det blir en annen måte å jobbe på i årene som kommer, med en bredere tilnærming til bokbransjen. Men jeg har liten tro på opplevelser som ikke er direkte salgsrettede.

Ubetjente butikker dukker opp som både ambisjoner og virkelighet i flere bransjer. Vil vi snart kunne oppleve ubetjente bokhandler her til lands?

- Det tror jeg ikke, svarer John Thomasgaard kontant, men åpner for at vi kan få flere selvbetjeningsløsninger på informasjon og kjøp.

Også Gøril Joys Johnsen er forbeholden:

- Vi har en sterk tro på at alle de flinke kollegaene våre ute i butikk er en stor del av grunnen til at kundene elsker ARK og velger oss når de skal handle, ubetjente butikker er derfor ikke i våre planer per nå. Samtidig tror vi at vi kan bruke elementer fra de ubetjente butikkene for å skape enda bedre kundeopplevelser, selv om butikkene er betjente. Selvbetjente kasser kan være et sånt element, som kan gi redusert ventetid for kunden i perioder hvor det er travelt i butikken. Forskjellig teknologi for å orientere seg i butikken et annet.

Livet etter papiret

Selv om den totale bokomsetningen har holdt seg noenlunde stabil - i hvert fall nominelt - de siste årene, beveger papirbokomsetningen seg nedover. Hva er kjedetoppenes forventninger til fremtiden? Hvor stor er bok-andelen av omsetningen i 2030?

- Vi forventer en fallende fysisk bokomsetning, og tror bok-andelen vil falle under 50 prosent i løpet av få år, spår John Thomasgaard. - Men bokomsetningen er fortsatt stor og viktigst. Det blir ytterligere konsolidering av antall bokhandler i årene som kommer. Det vil samtidig styrke

de som er igjen. Så det går mot færre og større i godt samspill med nett.

Gøril Joys Johnsen fremhever at det er en sammenheng mellom faktorene her:

- Fremtiden er alltid vanskelig å spå. Bok-andelen av omsetningen vil jo ikke bare påvirkes av et eventuelt fall i omsetning av fysisk bok, men vel så mye av hvor flinke bokhandlerne er til å finne andre varer med en rød tråd inn mot bok - som øker andelen av andre varer i sortimentet, sier Joys Johnsen, som understreker at ARK er sterke i troen på at den fysiske boken også fremover vil utgjøre en betydelig

FØLGER INTERESSERT MED PÅ WATERSTONES: John Thomasgaard.



Vebjørn Rogne



PARDANS: Samspillet mellom nett og fysisk butikk er blitt stadig viktigere.

– Når bokbransjen i årevis har gått og ventet på Amazon og farene som truer utenfra, blir man fort blind for hva som skjer i din egen bakgård.

andel av omsetningen: – Det er viktig å avkrefte papirbokens død. Den vil være viktig også fremover.

Hvordan skal bokhandlerne kompensere for fallet i papirbokomsetningen?

– Ja, det er jo det evige spørsmålet – og det vi var på jakt etter også da jeg kom inn i bokbransjen for ti år siden. Siden den gang har mange prøvd mye. Men det er ikke bare «å ta inn noe». Det må henge sammen med hva vi ellers bedriver. Det kan være skolestart, leker og papirvarer – gjerne med fokus på økt kvalitet. Vi har doblet omsetningen på non-books de siste årene. Det kan også være produkter knyttet til kultur og underholdning – men det bør være så beslektet som mulig, sier John Thomasgaard.

– Hvis jakten på alternative varer skulle strande: kan løsningen være færre kvadratmetre? Vil vi se at bokhandelene blir mindre?

– Nei, vi må ha et visst mannskap for å drive god bokhandel også i årene fremover. Skal vi ha folk på jobb, er vi også avhengige av å holde omsetningen oppe på et godt nivå, sier Thomasgaard.

Et evig behov

– Er det andre bransjer eller land dere følger spesielt tett, hvor dere ser det er en overføringsverdi av kunnskap?

– Vi følger spesielt med på de nordiske landene når det gjelder digitalisering, men Europa og Nord-Amerika når det gjelder handel av bøker. Vi ligger langt fremme her i nord, spesielt som følge av at vi som konsumenter er mer digitale, sier Gøril Joys Johnsen, og legger til: – Generelt er det spennende å følge med på detaljhan-

del innenfor de fleste bransjer. Personlig har jeg selvfølgelig fulgt mye med på dagligvarebransjen, siden jeg har tilbragt store deler av mitt liv der. Det er faktisk mange likheter mellom den bransjen jeg kommer fra og ARK Bokhandel. Nest etter mat og vann, kommer folks behov for å lære nye ting, lese gode historier og bli underholdt. Dette er behov som aldri kommer til å forsvinne. Aktører som jobber med innhold på ulike måter og i nye formater gir oss selvfølgelig også veldig viktig input og inspirasjon. Det er spennende og viktig for oss å følge med på aktører som er innovative rundt logistikk og distribusjonsløsninger. Etter hvert som handelen flytter seg mer over på nett, blir det viktig å finne leveringsalternativene som både tilfredsstillende kundenes forventninger og som gir grunnlag for en konkurransedyktig økonomi.

Hvilke bransjer eller land skjeler så Thomasgaard og Norli til?

– Det er ingen som utmerker seg, men det er vel en del aktører i ulike bransjer man ser til for inspirasjon. Særlig er det interessant å se hvordan faghandelen utvikler seg og finner sin plass i markedet. For vår del er det interessant å se hvordan blant andre Waterstones jobber med sin kommunikasjon og profil. Det er også interessant å se på bransjer som har vært gjennom mer omfattende digitaliseringer allerede, sier Thomasgaard.

– For nær oss selv

Gøril Joys Johnsen er fersk i rollen som ARK-toppsjef, etter en årrekke i ledende posisjoner i Coop. Hun avviser at møtet med bokbransjen har artet seg som et kultursjokk:

– Fra Coop til ARK er det mer som

er likt enn hva som skiller. Forholdet til leverandørene er veldig annerledes – det er en annen dynamikk inn mot forlagene. Men begge deler handler om retail: full fart og fingeren på pulsen. Der ligger også utfordringen: Når det er såpass tunge krav om å være operative fra dag til dag, er det viktig å ta seg tid til å løfte blikket, å skape rom for å kunne tenke overordnet og strategisk. Det er viktig i en tid med store endringer, som ikke nødvendigvis kommer der mange tror. Når bokbransjen i årevis har gått og ventet på Amazon og farene som truer utenfra, blir man fort blind for hva som skjer i din egen bakgård.

John Thomasgaard i Norli betoner på sin side risikoen for at bransjen kan bli for nærsynte:

– Det er alltid faren når bokfolk vurderer bokbransjen: Vi blir litt for nær oss selv, mange av diskusjonene er bare vi selv opptatt av, og vi ser kanskje ikke at vi har andre kamper å kjempe.

– Ujålete og uredde

Gøril Joys Johnsen føler seg trygg på at ARK vil kunne møte konkurransen med Amazon og andre likende konkurrenter:

– Vi har viktige faktorer som godt omdømme og lojale kunder, vi har kombinasjonen av fysisk og økt digital tilstedeværelse. Det skal litt til å matche oss på disse områdene, sier Gøril Joys Johnsen, og legger til:

– Selv har jeg ikke vært så lenge innenfor bransjen, men jeg tror mange har vært overrasket over hvor tidlig ARK var ute med å bygge de digitale grensesnittene sine. Jeg er utrolig imponert over at tidligere administrerende i ARK hadde mot nok til å gå inn med en digital satsning og bygge multikanal allerede i 2012. Til sammenligning er det fortsatt store dagligvarekjeder i Norge som ikke har tatt steget inn på nett med sin dagligvareomsetning i 2022. Det fundamentet som ble lagt i 2012 i ARK, er grunnmuren for at ARK vil være en sterk kjede også inn i fremtiden.

Hun beskriver ARK «som en bokhandelkjede for folk flest, ujålete på en måte – og uredde.»

– Hvis jeg nå skulle skifte jobb var det viktig at jeg gikk til noe som hadde mål og mening. Jeg har sans for Gyldendals tilnærming til samfunnsoppdraget – at man skal gi folk både kunnskap og underholdning. Og så er det fint å ha gode eiere i Must-familien, som er opptatt av mer enn kommers.

Must-familien sitter i skrivende stund på nær 86 prosent av aksjene i Gyldendal ASA, og deres økonomiske muskler kommer godt med i dagens tøffe forlagsfight. Norsk bokbransje har i tiltagende grad blitt de stores tumleplass.

– En viss størrelse og kapitalstyrke er livsnødvendig for å gjøre de tunge investeringene som kreves i dag?

– Ja og nei. Det kan være en fordel å være en mindre organisasjon også. Man er mer lettbevte, man kan ha gode innovative prosesser, og det er kortere vei til avgjørelsene, sier Gøril

Joys Johnsen. – Der kan jeg bare se på den organisasjonen jeg kommer fra, Coop, som har tyngde og ressurser – men samtidig er risikoen at det blir stort og byråkratisk, og prosessene tar nødvendigvis lengre tid.

Snakker ikke om bøker

– Konsolideringen har gått raskt, ellers går endringene ganske sakte, fastslår John Thomasgaard, som understreker at det tross alt er bemerkelsesverdig å se hvor godt boksalget holder seg. – Nedgangen i pocket-salget er den største endringen. Der ser man strømmetjenestenes påvirkning på bokmarkedet, og at boklesing har fått sterkere konkurranse som tidsfordriv i ulike sammenhenger. Mange av truslene kommer utenfra. Selv når bokfolk samles, snakker de ofte ikke om bøker, men om serier på Netflix og HBO.

Hva tenker han så om det norske landskapet fremover, om ytterligere konsolidering og nye store utfordrere?

– Det blir spennende å se hva Bonnier og Politiken/Kagge foretar seg, men det er vanskelig å se for seg at noe skal komme inn og starte en utfordrer som også omfatter et stort fysisk bokhandlernet. Nettløsninger kan det kopieres og konkurreres, men hva som ikke lett kan kopieres er de fysiske butikkene.

Hvis vi ser på rammebetingelsene: Hva mener de to kjedetoppene er viktigst for norsk bokhandel de neste årene?

– Det viktigste for norsk bokhandel og bokbransjen er stabile rammebetingelser. Vi er langsiktig investert, sier Gøril Joys Johnsen.

– At fastprisen består, er det aller viktigste for hele bransjen, og spesielt for utgivelser på norsk og distribusjon av det brede tilbudet, sier John Thomasgaard.

– VEBJØRN ROGNE

Kroken på døra for Amazon

To dusin bokhandlere seiler inn i historien. Nå nedlegger Amazon sine fysiske bokutsalg.

Det var atskillig pomp og prakt på tampen av 2015, da Amazon åpnet sin første fysiske bokhandel. Lokasjonen var ikke tilfeldig valgt: University Village Shopping Mall i Seattle – Amazons «fødeby». Deretter poppet det opp ytterligere 23 butikker i et dusin delstater. Med ett var Amazons også blant USAs største bokhandelkjeder. Det skal nemlig ikke så mye til i våre dager for å innta plassen bak den soleklare eneren Barnes & Noble, som har over 600 butikker fordelt på samtlige amerikanske delstater.

Drøye seks år etter den første åpningen er «brick and mortar»-eventyret slutt for Amazon. Samtlige av de 24 bokhandelene blir stengt, sammen med de såkalte 4-Star og pop-up-butikkene, som har en rekke produkter som Amazons nettkunder har ratet til 4 stjerner pluss: ymse husholdningsredskaper, leker, gaveartikler, bøker og annet. Totalt er det snipp, snapp, snute for 68 Amazon-butikker.

Samtidig er det interessant å registrere at Amazon beholder sin fysiske

posisjon innenfor matvarer – med over 500 supermarkeder og et par Amazon Fresh-matbutikker. Men selv når vi inkluderer matbutikkene, utgjør fysiske utsalg under 4 prosent av Amazons totalomsetning.

Apropos totalomsetningen: Det er lenge siden Amazon først og fremst var en nettbokhandel. Bøker utgjør nå under 10 prosent av Amazons totale årsomsetning. Og nå blir andelen ytterligere noen promille lavere.

– VEBJØRN ROGNE

PUNKTUM FINALE: Kroken på døra for Amazon ved Columbus Circle i New York og 23 andre bokhandlere.



VEBJØRN ROGNE



Kjære bokhandlere!

Det er ikke lett. Kanskje det aldri har vært lett, men nå er det tyngre. Det er tyngre å være bok, å være leser, forfatter, forlegger og bokhandler.

Det fins en trøst i at vi står sammen om dette. Vi er alle i samme hylle.

Til og med bokhandlerne står sammen. For noen år siden ville jeg kanskje ikke sagt dette. Da ville jeg tenkt at det fantes en motsetning innad blant dere bokhandlere, mellom de små, uavhengige bokhandlerne og de store, ansiktsløse kjedene. Nå, derimot, har omstendighetene gjort oss alle, alle oss bokfolk, til gallere, omgitt av romere. Kjeden har selvfølgelig hatt et ansikt hele tida, men nå ser også jeg det. Det fins et vi her, og det består av både leser og forfattere og forleggere og små og store bokhandler. Nå er det oss mot dem. Heldigvis har vi, bokfolka, fortsatt styrkedrikken, det er bare et spørsmål om å få flere til å drikke den.

Men hvem er romerne? Det skal jeg komme tilbake til. Romerne er ikke vanskelig å finne. Hovedstaden deres er Rom. Og alle veier fører dit.

Jeg har kjøpt bøker for mine egne penger siden jeg var ti år gammel. Dette er en av fordelene ved å vokse opp uten venner: Du har mindre press på deg til å bruke ukelønna på sosiale utgifter, sånt som kinobilletter og snop, disse tingene man bruker penger på når man er sammen med andre, i stedet kan du konsentrere deg om det som virkelig betyr noe: Å kjøpe bøker.

Man kan si mye pent om sosialt samvær, men stort sett er det tidkrevende og dyrt og ofte har man vondt i hodet dagen etter.

Den beste måten å være sammen med andre på, er gjennom bøker. Jeg vet ikke hvordan det er med dere, men jeg ser ofte på mennesker jeg snakker med, og tenker: Hadde jeg enda kunnet legge et bokmerke i deg, legge deg bort og ta deg fram igjen når jeg er mer opplagt.

Det er godt å vite at man er en leser. Dette kjenner jeg selvfølgelig ikke bare når jeg leser. Enda sterkere kjenner jeg det når jeg stiger inn i en bokhandel, og en blid bokhandler hilser fordi hen kjenner meg igjen. Vi lever i sym-

biose: Jeg bidrar til inntjeningen og dermed til å oppbevare arbeidsplassen, bokhandleren utøver sitt fag og gir dermed hodet mitt det som det trenger, for ikke å visne eller henfalle til sosiale medier. Det er en daglig kamp, å holde fast ved erkjennelsen av at man lever greit uten å få smilefjes og tommel opp fra mennesker man ikke aner hvem er.

Gleden ved å bli kjent igjen av bokhandleren, derimot, den minner om gleden ved å bli kjent igjen av de ansatte på Polet, bare mindre skambelagt. Selv om begge er viktige samfunnsinstitusjoner, med dyktige ansatte som vet å gi gode råd, fins det fortsatt en statusforskjell mellom de to setningene «Det virker som om du leser en del» og «Det virker som om du drikker en del».

Apropos alkohol, hvor fins Rom? Romerne er mange, det fins legioner av dem. Rom er Internett, som tar fra oss evnen til bare å gjøre én ting om gangen og skru av alt annet, det er en maskin for distraksjoner. Rom er Netflix, som gjør mye av jobben som bøker gjorde før, nemlig å tilby lange fortellinger man fordyper seg i og deretter kan snakke med vennene sine om. Rom er inni oss, i den delen av oss som tror på Aftenposten når de kjøper oppslag som «Her er 55 serier du må se i høst». Rom er Amazon, som snart kommer til et land i nærheten av der du bor, for å behandle sine ansatte som galeisla-ver og å selge alt billigere enn en ekte bokhandel, og – så snart det lar seg gjøre – fly det med drone hjem på døra, sånn at Amazons grunnlegger Jeff Bezos kan tjene mer enn 37 millioner kroner i timen.

Jeg har handlet på Amazon, og jeg skammer meg selvsagt. Men jeg har også handlet mer enn de fleste i bokhandel. Jeg har vært med å dra opp snittet. Dét er jeg stolt av, fordi jeg har bidratt til å opprettholde norsk kultur.

Og ikke et vondt ord om brettspill og Lego Ninjago-penal og gratulasjonskort og i hvert fall ikke om plastmapper og kopipapir og binders, men det er boka som har vært og er poenget med bokhandelen. En bokhandel er ikke som

HYLLER BOKHANDLERNE:
Knut Nærum

en bensinstasjon, som før hadde bensinsalg som sin kjernevirksomhet, men som nå er blitt en storkiosk som også fører fossilt brennstoff.

«Hva skal vi med en bokhandel?» spør kanskje en beleilig stråmann. «Er ikke den bare et distribusjonsledd? Er det ikke selve boka som er poenget?»

Og da svarer jeg stråmannen at vi trenger bokhandelen av mange grunner. Vi trenger den fordi den er kuratert. I tillegg til enorme mengder av halvgod litteratur, tilbyr den alltid det aller beste av det nye som er utgitt, og – til enhver tid – en hel masse av det som gjennom flere generasjoner har vært anerkjent som det beste som fins å lese.

«Og er ikke poenget med boka selve innholdet, ikke den døde tremassen som innholdet står trykt på? Er ikke papirboka bare et medium for levering av tekst?» vil en annen stråmann spørre. Og til det vil svaret være: «Nei.»

Det fins dem som hører på bøker på telefonen og kaller det å lese. Jeg har ikke tenkt å si dem imot, men når jeg hører at noen skrur opp hastigheten på avspillinga for å få i seg mer bok, fortære, da tenker jeg: Det er ikke lesing, det er intravenøst.

Boka trenger bokhandel av samme grunn som maten trenger måltider. I prinsippet kunne vi fått i oss de nødvendige næringsstoffene i form av piller eller Veniflon, men det ville gjort livet stussligere. Og fordøyelsessystemet ville forfalt.

Jeg kan bare snakke for meg selv, men jeg trenger det anerkjennende nikket fra bokhandlerne når jeg har lagt en bok på disken, og de viser meg med en hodebevegelse, et blikk eller kanskje en liten lyd at det var et godt valg. Da kjenner jeg at jeg tilhører klubben for de som er i stand til å finne fram til de bra sakene, feinschmeckerne. Den følelsen har jeg aldri fått av Amazon.

Det skal heller ikke underkjennes at boka er noe vi bruker for å vise at vi bryr oss om andre

mennesker. Det er slik de nærmeste viser at de setter pris på menn over førti: ved å gi dem en bok om krigen. Du viser dem ikke den samme kjærligheten ved å betale for en måneds strømmetjeneste.

Jeg har antydnet noen av kampene dere utkjemper, dere litteraturens tapre gallere. Alle veier fører til Rom, sier vi. Men det innebærer at alle veier også fører bort derfra.

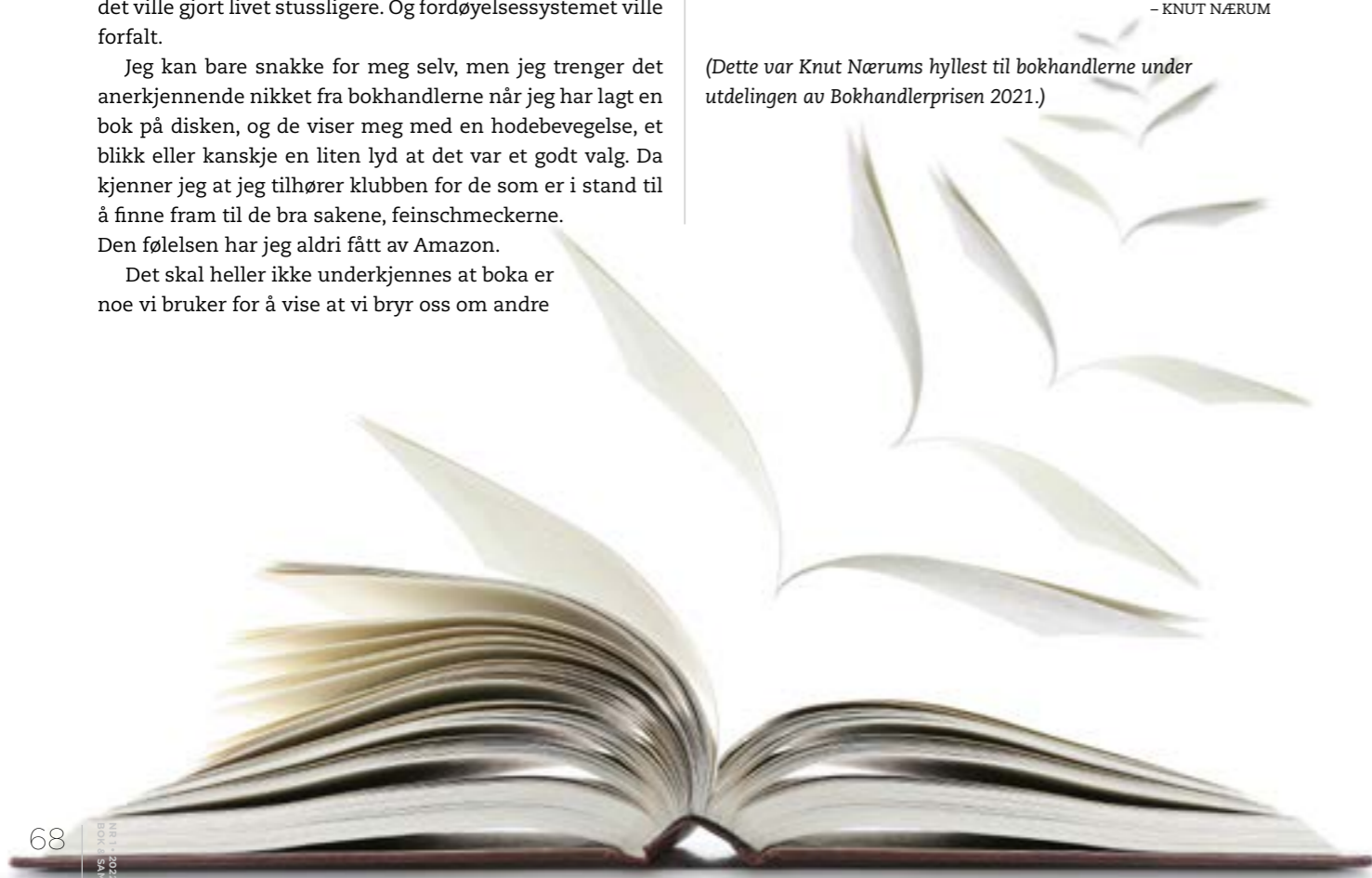
En ting vi veit om framtida, er at mer av alt ikke er løsningen. Vi skal ikke tømme havet, brenne ned skogen, bruke mest mulig, fylle øynene og ørene til enhver tid. Vi trenger mindre bredde og mer dybde. Vi trenger det som bøker – papirbøker – gir oss: Tanker, kunnskap, medfølelse, konsentrasjon, roen som følger med det å gjøre en ting om gangen. Langsom tid. Det du ikke har mens du løper på tredemølle. Fra tredemøllen fører ingen veier bort.

Konsentrasjon og langsomhet og kvalitet framfor kvantitet skal gjøre livene våre bedre. Dette skal redde oss.

Så, til dere bokhandlere: Vis oss vei. Veien bort fra Rom og inn mellom hyllene, fram til det vi bør lese. Fortsett å gjøre det motsatte av algoritmene på nettet. Ikke bare anbefal noe vi liker, anbefal også noe vi ikke visste at vi likte; noe vi trenger. Dette er det bare dere som kan gjøre. Selv våre venner kan ikke det. Takk for at dere gjør det. Dere er våre andre venner. Vi ses.

– KNUT NÆRUM

(Dette var Knut Nærums hyllest til bokhandlerne under utdelingen av Bokhandlerprisen 2021.)



istock / Easternlightcraft



Abids store år

Det er ingen tvil om hvem som ble årets navn i Bok-Norge i 2021. Mange lot seg berøre av Abid Rajas personlige beretning. Dette resulterte i applaus fra anmelderne og at *Min skyld* ble årets mest solgte bok i Norge – i tillegg til at den sikret eks-kulturministeren Bokhandlerprisen og «Årets favorittbok» i BOK365-lesernes kåring.

Listene på de neste sidene er sammenstilt av Bokhandlerforeningen for Bok & samfunn, og er basert på faktisk salg i bokhandel uansett utgivelsesår – med unntak av Topp 50-listen på neste side, som kun omfatter 2021-utgivelser. ➤➤

2021-utgivelsene Topp 50

NR	FORFATTER	TITTEL	FORLAG
1	Abid Raja	Min skyld: En historie om frigjøring	Cappelen Damm
2	Lucinda Riley	Den savnede søsteren	Cappelen Damm
3	Trond-Viggo Torgersen	Kroppen for voksne	Frisk forlag
4	Linn Ullmann	Jente, 1983	Oktober
5	Frøde Øverli	20 i stil: Pondus: 20	Strand
6	Jørn Lier Horst	Grenseløs	Strawberry Publishing
7	Vetle Lid Larssen	Lucias siste reise	Strawberry Publishing
8	Helene Myhre Østervold	Tur-retur Norge med @helenemoo	Strawberry Publishing
9	Malin Falch	Trollriket: Nordlys: 4	Egmont Kids Media
10	Jojo Moyes	Når hvalene synger	Bastion
11	Linn Skåber	Til oss - fra de eldste	Pitch forlag
12	Herborg Kråkevik (red.)	Juleroser: 2021	Samlaget
13	Victoria Hislop	August	Vigmostad Bjørke
14	Andreas Haukeland	Tix: Den stygge andungen	Gyldendal
15	Nina Brochmann	Guttboka	Aschehoug
16	Ingvild H. Rishøi	Stargate	Gyldendal
17	Aslak Nore	Havets kirkegård	Aschehoug
18	Hanne Sigbjørnsen	Bare vent: Babybobla illustrert	Kagge
19	Ingrid Bergtun	Fæbrik syboka	Pullman publishing
20	Craig Glenday	Guinness world records 2022	Vigmostad Bjørke
21	E. Hellstrøm / A. Rennan	Hellstrøms grønne hemmeligheter	Kagge
22	Nino Haratischwili	Det åttende livet (til Brillka)	Aschehoug
23	Gunnar Staalesen	2020: Post festum	Gyldendal
24	Jørn Lier Horst	Jakten på Rampenissen	Strawberry Publishing
25	M. Bjørgen / I. Stenvold	Vinnerhjerte	J.M. Stenersens forlag
26	Unni Lindell	Juledamer	Strawberry Publishing
27	Max Manus	Rottejegeren	Kagge
28	Siv Jensen	Siv: Med egne ord	Kagge
29	Jørgen Jæger	Dommen	Strawberry Publishing
30	Ida Gran-Jansen	Kjempesmart - Helt enkelt	Pullman Publishing AS
31	Aicha Bouhlou	Aichas salatfantasier	Gyldendal
32	Anne Holt	Det ellefte manus	Gyldendal
33	Jørn Lier Horst	Operasjon heksegryte	Strawberry Publishing
34	Espen Rostrup Nakstad	Kode rød	Gyldendal
35	Lisa Aisato	Min første sanglekebok	Gyldendal
36	Halvor Folgerø	Vestlandsvegar	Samlaget
37	Maren Teien Rørvik	Best sammen	Aschehoug
38	Ken Follett	Aldri	Cappelen Damm
39	Trine Sandberg	Trines kokebok for unge kokker	Cappelen Damm
40	Asbjørn Jaklin	Flukten med Norges gull	Gyldendal
41	Jørn Lier Horst	Jakten på enhjørningen	Strawberry Publishing
42	J.K. Rowling	Julegrisen	Cappelen Damm
43	Stefan Ahnhem	Siste spiker	Aschehoug
44	Lars Saabye Christensen	Byens spor: Jesper og Trude	Cappelen Damm
45	Tom Egeland	Sølvmyntene	Strawberry Publishing
46	Lucy Diamond	Strandkafeen	Aschehoug
47	Jørn Lier Horst	Operasjon julekule	Strawberry Publishing
48	Tinashe Williamson	Håndbok for unge antirasister	Cappelen Damm
49	Katrine Engberg	Krokodillevokteren	Strawberry Publishing
50	Douglas Stuart	Shuggie Bain	Gyldendal



Norsk skjønnlitteratur

NR	FORFATTER/TITTEL	UTGITT
Nr 1	Linn Ullmann Jente, 1983 Oktober	2021
2	Frøde Øverli 20 i stil: Pondus: 20 Strand	2021
3	Jørn Lier Horst Grenseløs Strawberry Publishing	2021
4	Linn Skåber Til de voksne Pitch	2020
5	Vetle Lid Larssen Lucias siste reise Strawberry Publishing	2021
6	Lars Mytting Hekneveven Gyldendal	2020
7	Linn Skåber Til oss - fra de eldste Pitch	2021
8	Herborg Kråkevik (red.) Juleroser: 2021 Samlaget	2021
9	Lisa Aisato Livet - illustrert Kagge	2019
10	Ingvild H. Rishøi Stargate Gyldendal	2021
11	Aslak Nore Havets kirkegård Aschehoug	2021
12	Hanne Sigbjørnsen Bare vent: Babybobla illustrert Kagge	2021
13	Jørn Lier Horst Sak 1569 Capitana	2020
14	Tore Renberg Tollak til Ingeborg Cappelen Damm	2020
15	Gudrun Skretting Tre menn til Vilma Aschehoug	2020



Oversatt skjønnlitteratur

NR	FORFATTER/TITTEL	UTGITT
Nr 1	Lucinda Riley Den savnede søsteren Cappelen Damm	2021
2	Jojo Moyes Når hvalene synger Bastion	2021
3	Victoria Hislop August Vigmostad Bjørke	2021
4	Jenny Colgan Jul på øya Gyldendal	2020
5	Jojo Moyes Det siste brevet fra deg Bastion	2020
6	Delia Owens Der krepene synger Pantagruel	2019
7	Nino Haratischwili Det åttende livet (til Brillka) Aschehoug	2021
8	Lucinda Riley Kjærlighetsbrevet Cappelen Damm	2017
9	Ken Follett Aldri Cappelen Damm	2021
10	Sarah Jio Alle blomstene i Paris Cappelen Damm	2019
11	Stefan Ahnhem Siste spiker Aschehoug	2021
12	Lucy Diamond Strandkafeen Aschehoug	2021
13	Jenny Colgan Velkommen til Floras kafé Gyldendal	2019
14	Katrine Engberg Krokodillevokteren Strawberry Publishing	2021
15	Anna Hope Forventning Armada	2020



Lyrikk

NR	FORFATTER/TITTEL	UTGITT
Nr 1	Hans Børli Hans Børli's beste dikt Aschehoug	2010
2	Trygve Skaug Opprykk Cappelen Damm	2021
3	Trygve Skaug Ikke slipp Cappelen Damm	2020
4	Hans Børli Samlede dikt: Hans Børli Aschehoug	1995
5	Victoria Dalsberget Du er nok Vigmostad Bjørke	2021
6	Edvard Hoem Ute, langt der ute Oktober	2021
7	Olav H. Hauge Olav H. Hauges vakreste dikt Samlaget	2014
8	Trygve Skaug Hjemmekamp Cappelen Damm	2020
9	Inger Hagerup Samlede dikt: Inger Hagerup Aschehoug	2015
10	Karoline Brændjord Jeg vil våkne til verden Kolon	2020
11	Olav H. Hauge Det er den draumen Samlaget	2019
12	Hans Børli Vandring gjennom årstidene med Hans Børli Aschehoug	2021
13	Axel Frønes Hilsen Axel Aurora forl.	2020
14	Silje Gundersen Alt jeg ville si Cappelen Damm	2021
15	Kolbein Falkeid Kolbein Falkeid: Samlede dikt Cappelen Damm	2016



Norsk sakprosa



NR	FORFATTER/TITTEL	UTGITT
1	Abid Raja Min skyld: En historie om frigjøring Cappelen Damm	2021
2	Trond-Viggo Torgersen Kroppen for voksne Frisk forlag	2021
3	Helene Myhre Østervold Tur-retur Norge med @helenemoo Strawberry Publishing	2021
4	Karen Elene Thorsen Fattig student Pilar	2019
5	Linka Neumann Villmarksgensere Aschehoug	2019
6	Ingrid Bergtun Fæbrik syboka Pullman publishing	2021
7	Hanne-Lene Dahlgren En skikkelig digg kokebok Gyldendal	2019
8	Hanne-Lene Dahlgren En skikkelig digg kokebok 2 Entusiast	2020
9	E. Hellstrøm / A. Rennan Hellstrøms grønne hemmeligheter Kagge	2021
10	Berit Nordstrand Omstart 30 Gyldendal	2020
11	M. Bjørgen / I. Stenvold Vinnerhjerte J.M. Stenersens forlag	2021
12	Hellstrøm / Rennan Hellstrøms hemmeligheter Kagge	2020
13	Siv Jensen Siv: Med egne ord Kagge	2021
14	Ida Gran-Jansen Kjempesmart – Helt enkelt Pullman Publishing AS	2021
15	Aicha Bouhlou Aichas salatfantasier Gyldendal	2021

Oversatt sakprosa



NR	FORFATTER/TITTEL	UTGITT
1	Charlie Mackesy Gutten, muldvarpen, reven og hesten Fontini	2020
2	Sharon Jones Skriv og brenn Strawberry Publishing	2021
3	Lisa Taddeo Tre kvinner Aschehoug	2020
4	Andre Strömquist Hagehåndboken Press	2016
5	Eva Robild Dyrking i pallekarm Cappelen Damm	2015
6	Barack Obama Et lovet land Cappelen Damm	2020
7	Cat Jarman Elvekonger Press	2021
8	Lennart Stenberg Nordisk feltflora Gyldendal	2010
9	Tanis Gray Magisk strikking: Den offisielle Harry Potter-strikkeboken Gyldendal	2020
10	Mike Haskins Hvordan overleve pensjonist-tilværelsen Hermon	2020
11	Lars Svensson Fuglesang: 150 norske fuglearter: kompaktutgave Cappelen Damm	2013
12	Eva Robild Dyrking i drivhus Cappelen Damm	2018
13	Mark Manson Den edle kunsten å gi faen Gyldendal	2019
14	Thomas Erikson Omgitt av dårlige sjefe Gyldendal	2019
15	Jo Langeland Prosecco er svaret på alt! Zebra 2	020

Pocket



NR	FORFATTER/TITTEL	UTGITT
1	Omgitt av idioter Thomas Erikson Gyldendal	2018
2	Solsøsteren Lucinda Riley Cappelen Damm	2020
3	Sommerfuglrommet Lucinda Riley Cappelen Damm	2020
4	Når isen brister Camilla Grebe Gyldendal	2020
5	Den edle kunsten å gi f**n Mark Manson Gyldendal	2019
6	Månesøsteren Lucinda Riley Cappelen Damm	2019
7	Gullburet Camilla Läckberg Gyldendal	2019
8	Noe tapt og noe vunnet Tara Westover Gyldendal	2019
9	Røykteppe Jørn Lier Horst Capitana	2020
10	Nullpunkt Jørn Lier Horst Capitana	2019
11	Husdyret Camilla Grebe Gyldendal	2020
12	Full spredning Nina Lykke Oktober	2020
13	Tante Ulrikkes vei Zeshan Shakar Gyldendal	2018
14	Søsterklokkene Lars Mytting Gyldendal	2019
15	De syv søstre Lucinda Riley Cappelen Damm	2015

Norske barnebøker



NR	FORFATTER/TITTEL	UTGITT
1	Malin Falch Trollriket: Nordlys: 4 Egmont Kids Media	2021
2	Andreas Haukeland Tix: Den stygge andungen Gyldendal	2021
3	Lisa Aisato Min første dyresangbok Gyldendal	2019
4	Nina Brochmann Gutteboka Aschehoug	2021
5	Victor Sotberg Bare Victor Gyldendal	2020
6	Jørn Lier Horst Jakten på Rampenissen Strawberry Publishing	2021
7	Nina Brochmann Jenteboka Aschehoug	2019
8	Jørn Lier Horst Operasjon heksegryte Strawberry Publishing	2021
9	Lisa Aisato Min første sanglekebok Gyldendal	2021
10	Anna Fiske Hvordan begynner man på skolen? Cappelen Damm	2020
11	Jørn Lier Horst Jakten på enhjørningen Strawberry Publishing	2021
12	Malin Falch Kråkesøstrene: Nordlys: 3 Egmont Kids Media	2020
13	Malin Falch Reisen til Jotundalen Egmont Kids Media	2018
14	Jørn Lier Horst Operasjon Svartskog Canoa	2019
15	Jørn Lier Horst Operasjon Lurifaks Canoa	2020

Oversatte barnebøker



NR	FORFATTER/TITTEL	UTGITT
1	Craig Glenday Guinness world records 2022 Vigmostad Bjørke	2021
2	Sam Taplin Lyder på gården Gyldendal	2019
3	Tom Fletcher Julosaurusen og vinterhekse Aschehoug	2020
4	Sam Taplin Lyder i skogen Gyldendal	2020
5	Stéphanie Couturier Følelsene Fontini	2020
6	J.K. Rowling Harry Potter og de vises stein: Illustrert Cappelen Damm	2015
7	J.K. Rowling Julegrisen Cappelen Damm	2021
8	Sam Taplin Vintermagi: Trykk og lytt Gyldendal	2020
9	Elias Våhlund Håndbok for superhelter: Del 1 Kagge	2018
10	Eric Carle Den lille larven Aldrimett Gyldendal Litteratur	2015
11	Camilla Brinck Mysteriet med hullet i veggen Cappelen Damm	2021
12	Dav Pilkey Hundemannen håver inn Vigmostad Bjørke	2020
13	Julia Sykes Sofia og Regnbue: Enhjørnings-akademiet: 1 Memo	2021
14	J.K. Rowling Harry Potter og mysterie-kammeret: Illustrert Cappelen Damm	2016
15	Elias Våhlund Håpløst Kagge	2021



● **På roman-toppen**
Hun kommer alltid sent, men godt, i bokåret. Linn Ullmanns selvbiografiske roman *Jente*, 1983 (Oktober) ble årets mest solgte norske skjønnlitterære bokutgivelse.



● **Sjarmbombe på topp**
Charlie Mackesys *Gutten, muldvarpen, reven og hesten* (Fontini) ble også en 2021-bestseller. Mange lot seg sjarmere av den illustrerte fortellingen om de fire vennene.



● **Ung favoritt**
Malin Falchs fjerde bok i Nordlys-serien ble barnebok-favoritten i 2022. *Trollriket* (Egmont) lå høyt på listene gjennom det meste av året.

Quiz

I dette nummeret handler det selvsagt om bokhandler og bokhandlere.

1. Amneus Boghandel er en av landets eldste bokhandler med sammenhengende drift, etablert i 1839. Men hvor ligger den?
2. Vi måtte dessverre vinke farvel til ærverdige Tanum. Når ble Tanum bokhandel grunnlagt? I 1832, 1862 eller 1892?
3. I 2014 var det punktum 142 års familieeierskap for Gjørtz bokhandel, da Libris kjøpte butikken, i hvilken Vestlandsby?
4. I filmen «Notting Hill» jobber William Thacker (spilt av Hugh Grant) i en bokhandel, hva slags bøker er det bokhandelen selger?
5. Og i hvilken bokhandel jobber Julie (spilt av Renate Reinsve) i filmen «Verdens verste menneske»?
6. I hvilken by er du hvis du befinner deg på ARK Strandtorget?
7. Og hvis du er på Gravdahl bokhandel i Torggata?
8. Hun har lenge vært leder for sammenslutningen Fri Bokhandel. Vet du hvem?
9. Denne bokhandelkjeden ble etablert i 1985 av Rune Nicolaisen og Henning Naas, og de to første bokhandlene ble åpnet på Gulsbogen kjøpesenter i Drammen og på Lambertseter senter i Oslo. Hvilken kjede tenker vi på?
10. I hvilken by er du hvis du befinner deg i den vakre bokhandelen Livraria Lello?
11. Og hvis du er i El Ateneo Grand Splendid?
12. Når ble ARKs barnebokpris utdelt første gang? 2002, 2005 eller 2008?
13. Denne amerikanske bokhandel-kjempen hadde rundt 19 500 ansatte da den gikk konkurs i 2011. Husker du navnet på kjeden?
14. I 2020 gikk en annen bokhandelkjede, Arnold Busck, konkurs. I hvilket land holdt de hus?
15. Åsne Seierstads mye omtalte bok *Bokhandleren i Kabul* toppet bestselgerlistene her hjemme og lå på toppen av The New York Times' bestselgerliste i 41 strake uker. Seierstad fikk også Bokhandlerprisen for boken – i hvilket år?
16. Bruns bokhandel har vært en av landets største bokhandler utenfor hovedstaden gjennom snart 150 år. I hvilken by?
17. I fjor kunne en ærverdig Bergen-bokhandel markere 250 årsjubileum. Hvilken?
18. Hvilken bokhandel regnes som den største i Europa?
19. Hva het Amazon opprinnelig?
20. Hvilken britisk forfatter har skrevet *The Little Bookshop on the Shore* og *The Little Bookshop on the Corner*?



Svar:

1. Røros. 2. 1832. 3. Ålesund. 4. Reisebøker. 5. Norli Universitetsgata. 6. Lillehammer. 7. Hamar. 8. Helén Foss. 9. Notabene. 10. Porto. 11. Buenos Aires. 12. 2002. 13. Borders. 14. Danmark. 15. 2002. 16. Trondheim. 17. (ARK) Beyer. 18. Waterstones Piccadilly i London. 19. Cadabra. 20. Jenny Colgan.

KRIMFESTIVALEN

OSLO 17.–19. MARS 2022

60 FORFATTERE 50 ARRANGEMENT

ANNE HOLT (FESTIVALFORFATTER)

ALEX MICHAELIDES (UK) • GUNNAR STAAESEN

JENS LAPIDUS (S) • JØRN LIER HORST • ROMY HAUSMANN (GER)

UNNI LINDELL • DAVID LAGERCRANTZ (S) • TOM EGELAND

CLARE MACKINTOSH (UK) • VETLE LID LARSEN

KRISTINA OHLSSON (S) • JØRGEN JÆGER • FABER&PEDERSEN (DK)

JOHAN THEORIN (S) • TOVE ALSTERDAL (S) • PASCAL ENGMAN (S)

ÅSA LARSSON (S) • KLAS EKMAN (S) • ELINA BACKMAN (FIN)

LISA BJERRE (S) • CHRIS TVEDT • MIKAELA BLEY (S)

HANS OLAV LAHLUM • TINA FRENSTEDT (S) • TRUDE TEIGE

JOHANNA MO (S) TORKIL DAMHAUG • MAX SEECK (FIN)

NIKOLAJ FROBENIUS • HELENE FLOOD • SIMON HÄGGSTRÖM (S)

ASLAK NORE • PERNILLA ERICSON (S) • JAN-ERIK FJELL

ANKI EDVINSSON (S) • THOMAS ENGER • MOHLIN&NYSTRÖM (S)

ATLE NIELSEN • ULRIKA ROLFSDOTTER (S) • MYRIAM H. BJERKLI

HILDE PALLADINO • LARS OVE SÆTHER • SIGBJØRN MOSTUE

JARAN DAMMAN • GRETHE BØE • SVEN PETTER NÆSS

KURT AUST • ØRJAN N. KARLSSON • HELLE STENSBÅK

OLAV ROKSETH • EVA B. RAGDE • JOHAN HØST

CARINA WESTBERG&TORE AURSTAD • RANDI FUGLEHAUG

SVEN G. SIMONSEN • PETTER FERGESTAD

FOR MER INFORMASJON OG PROGRAM:

www.krimfestivalen.no

GRATIS

Manuskonkurransen Historie

Bonnier Norsk Forlag er på jakt
etter nye historieprosjekter!

Bonnier Norsk Forlag utlyser en stor manuskonkurransen i genren historie med innleveringsfrist 1. september 2022. Manusene vil bli vurdert av en fagjury bestående av historiker Mona Ringvej, forfatter Tom Egeland og forlagets sakprosa-redaksjon.

Se bonnierforlag.no/konkurransen for flere opplysninger og full utlysningstekst.

