

Europæisk Selvudgivelses- undersøgelse 2019

Indledning

Uafhængig bogudgivelse eller selvudgivelse har etableret sig som en indflydelsesrig strømning på bogmarkedet i de senere år. De uafhængige forfattere har fuld kontrol over indhold, design og markedsføring af deres værker, og metoden rummer mange muligheder for både det nye skrivetalent og den erfarne forfatter. Resultatet er en hidtil uset titelmangfoldighed på bogmarkedet helt ned til den mindste tematiske niche, der inspirerer flere og flere læsere.

Som europæisk pioner og førende specialist inden for digital bogudgivelse og selvudgivelse undersøger BoD nu udviklingen af selvudgivelse i Europa for fjerde gang i samarbejde med University of Applied Management, Erding. Lignende undersøgelser blev gennemført i 2013, 2014 og 2016.

Målet er at lære mere om de uafhængige forfattere og udviklingen inden for selvudgivelse. Fokus for den nuværende undersøgelse er forfatternes skrivemotiver, deres måde at netværke med deres målgrupper og professionaliseringen af bogudgivelse og markedsføring.

Metode

- Opgavestiller: BoD – Books on Demand GmbH
- Adspurgte: 3.230 forfattere i Danmark, Sverige, Finland, Tyskland, Østrig, Schweiz, Frankrig og Spanien i alderen fra 12 til 88 år.
- Tidsrummet for undersøgelsen: 19. august til 16. september 2019
- Metode: Online undersøgelse med semi-standardiseret spørgeskema. Skalaer fra 1 til 4 blev anvendt i undersøgelsen. Godkendelsesværdierne 3 (overvejende enig) og 4 (fuldstændig enig) samt afvisningsværdierne 1 (stærkt uenig) og 2 (overvejende uenig) blev kombineret i resultaterne.
- Gennemførelse: Prof. Dr. Vanessa Haselhoff, University of Applied Management, Erding

- © Books on Demand GmbH, Norderstedt, 2019. Indholdet i denne undersøgelse hører under Creative-Commons-Lizenz CC BY-SA.



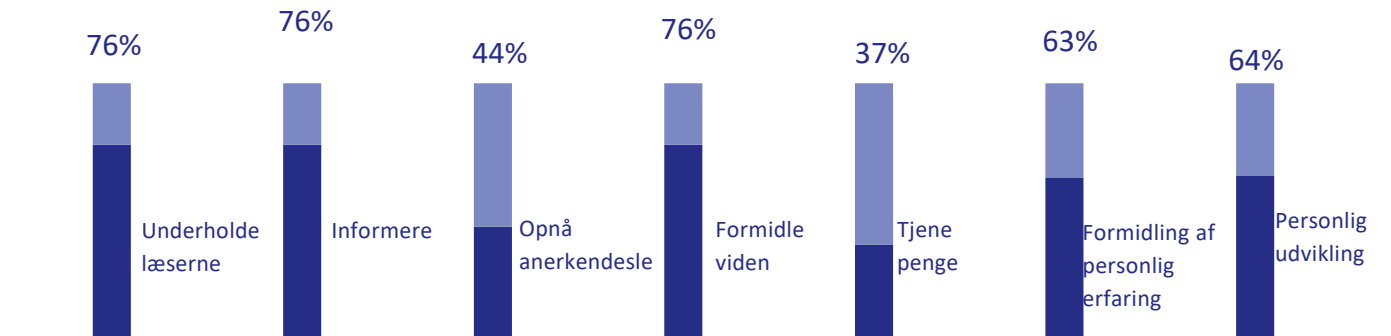
Forfatterens motivation
for at skrive.

Danske forfatteres motivation for at skrive

Danskerne skriver for at

- formidle viden samt at informere.
- Desuden vil danskerne gerne underholde deres læsere.
- Ifølge undersøgelsen er det mindre vigtigt for danskere at tjene penge på deres udgivelser samt at opnå anerkendelse.

Danske forfatteres motivation for at skrive:

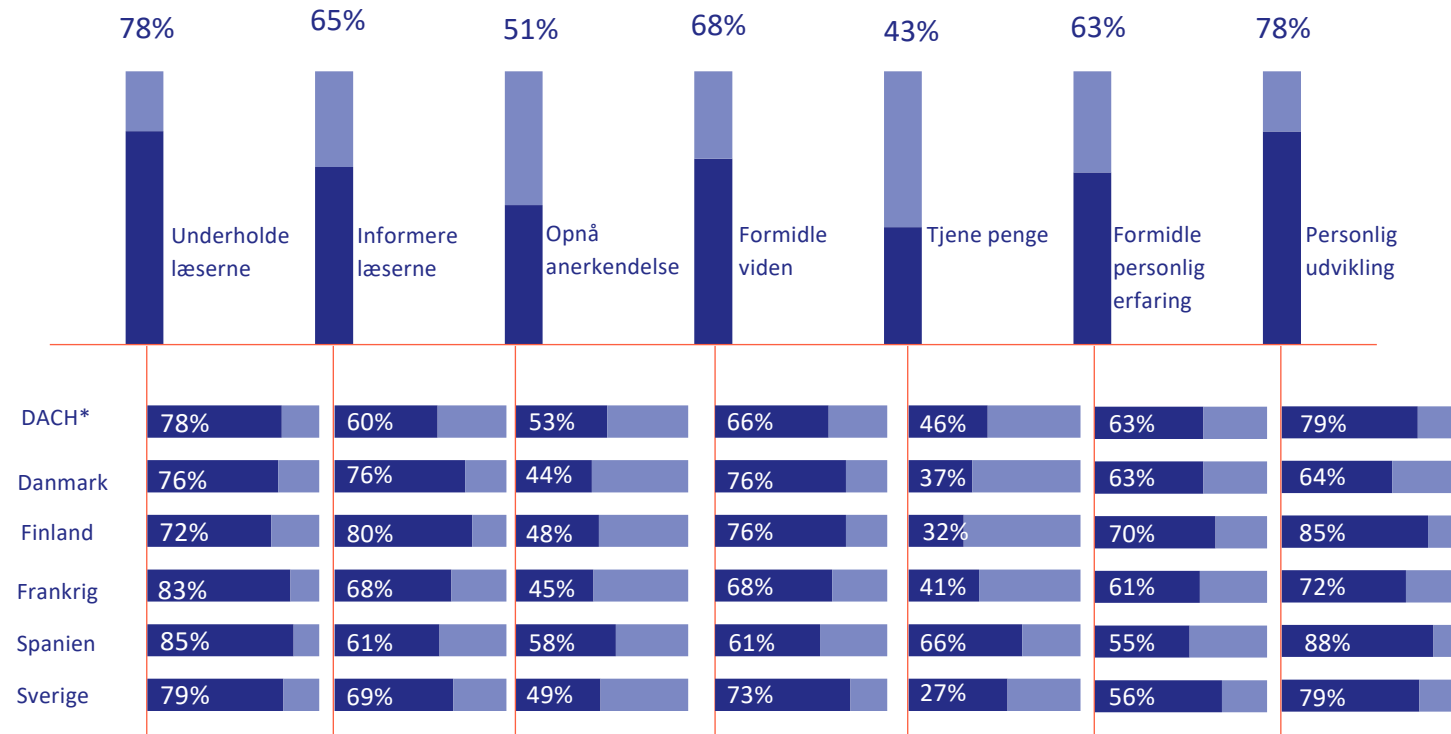


Motivation for at skrive og udgive som selfpublishing

Den internationale sammenligning viser at:

- **Forfatterne i DACH-landene**, Tyskland, Østrig og Schweiz, lægger størst vægt på at underholde læserne (78 %).
- **Svenskere** er mere interesserede i at formidle viden og mindst af alt i at tjene penge på at skrive (27 %).
- **Finnerne** ønsker hovedsageligt at udvikle sig personligt (85 %) og informere læserne (80 %).
- **Franskmænd** vil frem for alt underholde med deres bøger (83 %).
- **I Spanien** lægger man også stor vægt på at underholde læserne (85 %) og samtidig også på at udvikle sig personligt (79 %).

Europæiske forfatters motivation for at skrive:



*DACH: Tyskland, Østrig, Schweiz

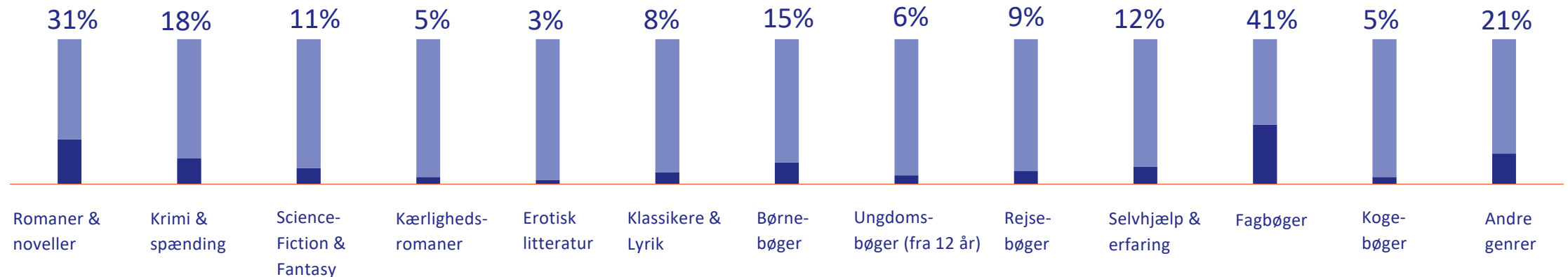


Genrer, læsermålgrupper og udgivelsesformater.

De mest populære genrer

I Danmark udgives der flest fagbøger (41 % skriver inden for denne genre), men også romaner og noveller spiller en væsentlig rolle (31 %). Krimi og spænding er en populær genre (18 %), men også børnebøger med 15 % er populære. Erotisk litteratur og kærlighedsromaner spiller en mindre rolle på det danske marked (henholdsvis 3 og 5 %) sammenlignet med f.eks. Frankrig eller Tyskland.

Danmark

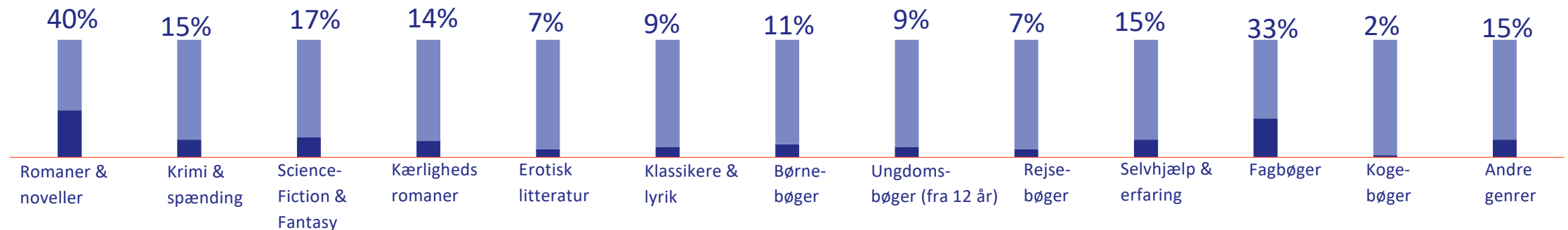


Det var muligt at nævne flere.

De mest populære genrer

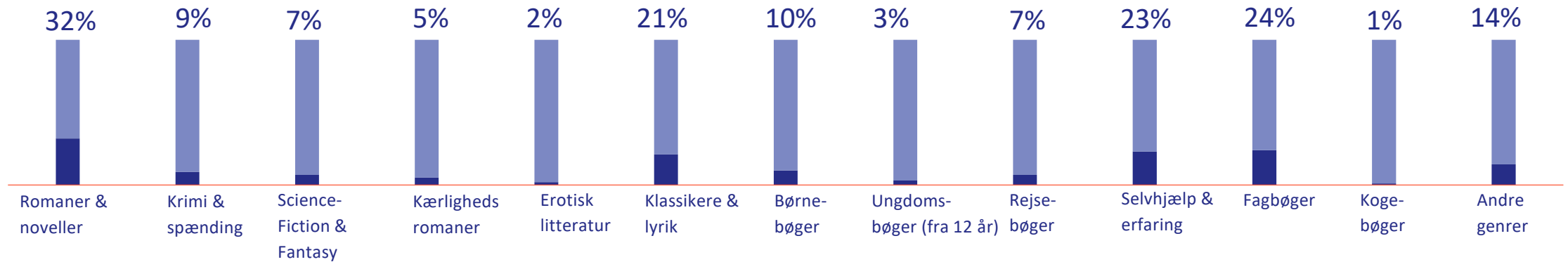
Sammenligner man alle lande viser det sig, at de tysktalende forfattere ud over romaner og noveller (40 %) i højere grad end danskerne skriver kærlighedsromaner (14 %). I Frankrig og Spanien samt i Sverige er andelen af Science-Fiction & Fantasy høj. I Finland skrives flere bøger inden for klassiskere og lyrik (21 %) end i de andre medvirkende lande.

DACH-landene, Tyskland, Østrig og Schweiz

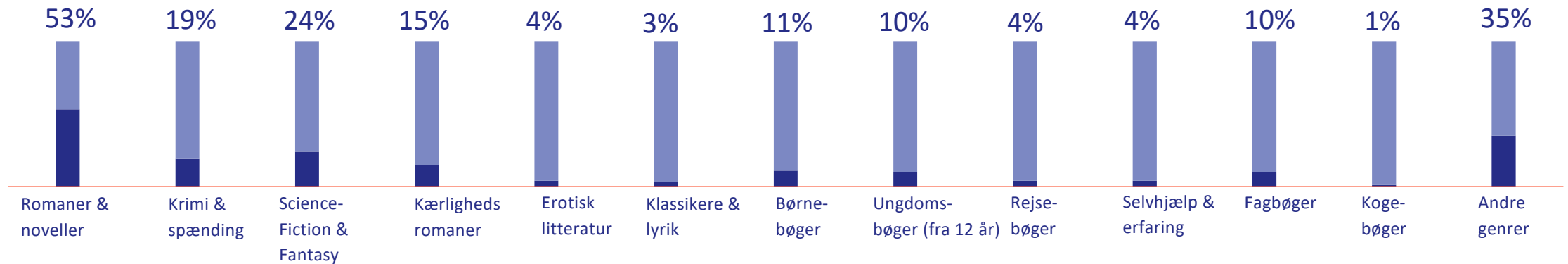


De mest populære genrer

Finland

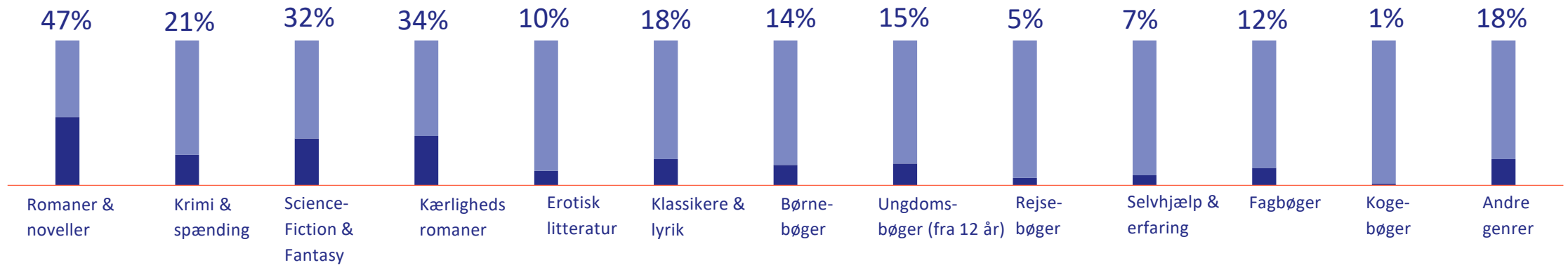


Frankrig

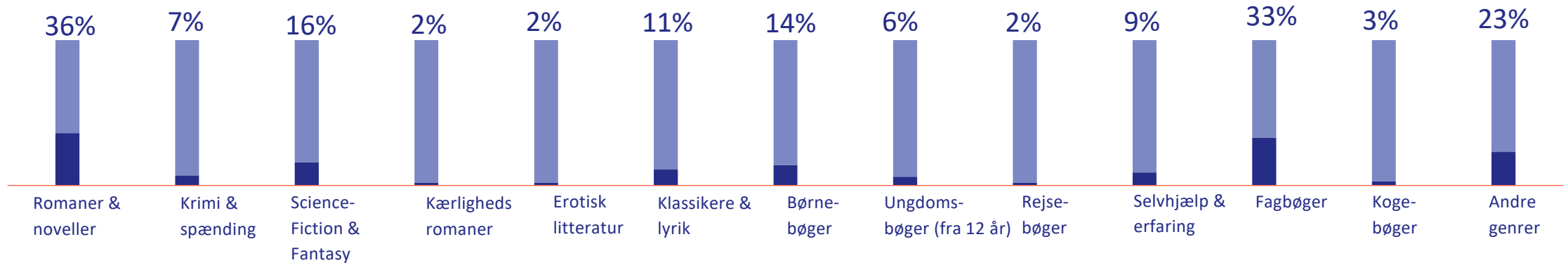


De mest populære genrer

Spanien



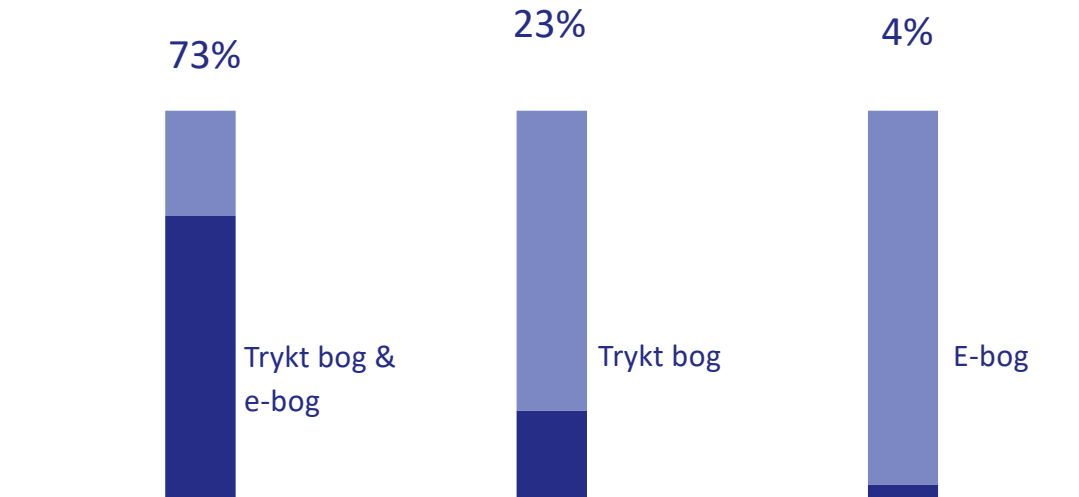
Sverige



Udgivelsesformater

Danske forfattere udgiver deres bøger fortrinsvist som både trykt bog og e-bog (73 %) og øger dermed synligheden og rækkevidden over for læserne. Det er en stigning i forhold til 2016, hvor kun 59 % udgav i begge formater samtidig.

Danske selvudgivere benytter følgende formater:

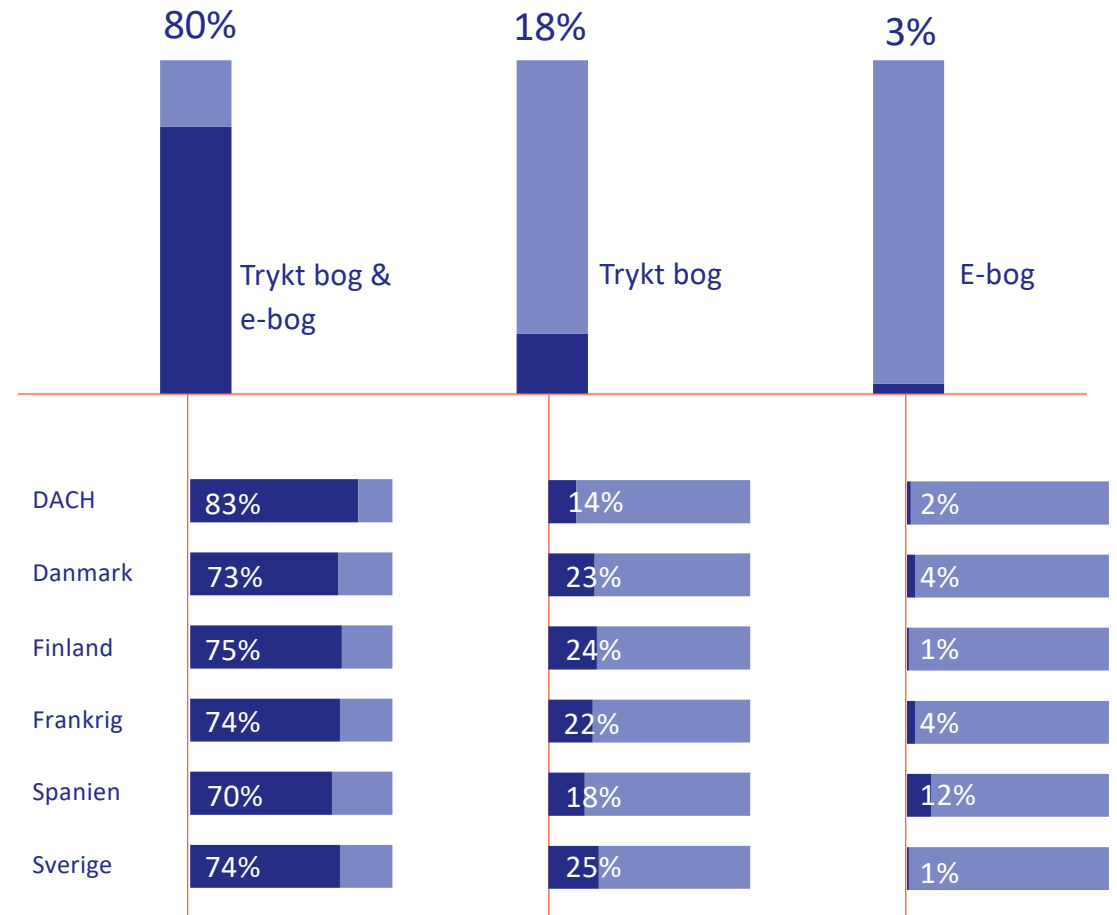


Udgivelsesformater

På internationalt plan viser undersøgelsen at

- De tysktalende forfattere i højere grad udgiver både som trykt bog og e-bog end i de andre lande (83 %).
- I Sverige og Finland er det blot 1 % der udelukkende udgiver som e-bog.
- I Spanien derimod satser ca. hver tiende forfatter på en ren e-bogsudgivelse (12 %).

Europæiske selvudgivere anvender følgende udgivelsesformater:



Communities, Networking og læsertilknytning.

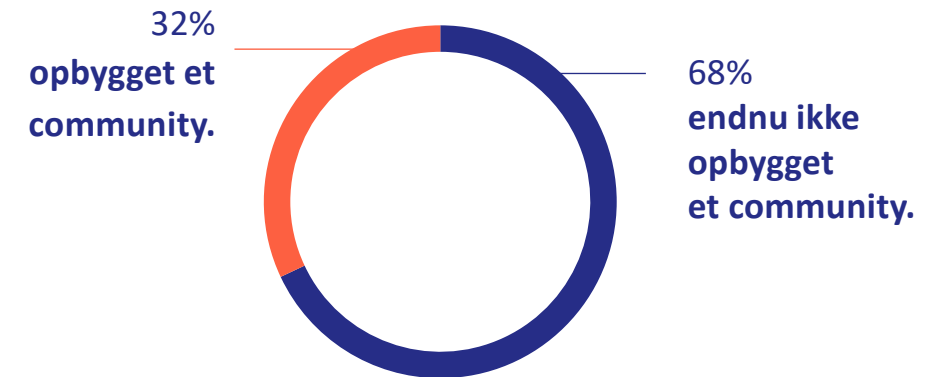


Opbygningen af et community

Næsten hver tredje danske selvudgivende forfatter havde allerede inden den første bogudgivelse opbygget sit eget community med fokus på et bestemt tema.

- Internationalt viser undersøgelsen at „community building“ snarere bliver brugt af de 20 til 39-årige forfattere og i højere grad bliver sat i værk for en yngre målgruppe.
- Hvis der allerede eksisterer et community inden bogudgivelsen, bruger forfatterne generelt flere ressourcer på bogmarkedsføringen.

Inden den første bog blev udgivet, havde så stor en del af de dansktalende selvudgivere:

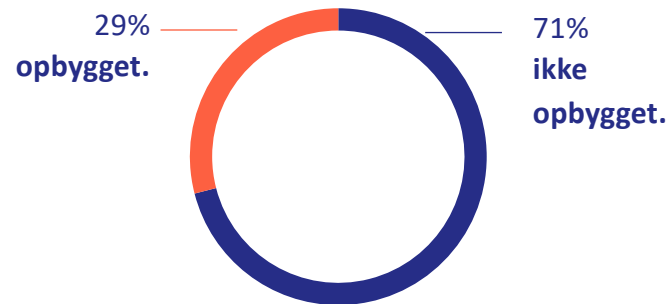


Opbygningen af et community

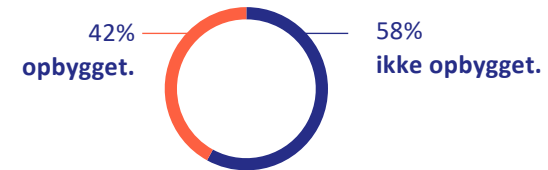
- Internationalt set er det de franske selvudgivere der med 42 % i højere grad har opbygget et community om et bestemt tema før den første bogudgivelse. Finnerne er med 26 % de mindst aktive.

Inden den første bog blev udgivet, havde så stor en del af de adspurgte europæiske selvudgivere opbygget et community:

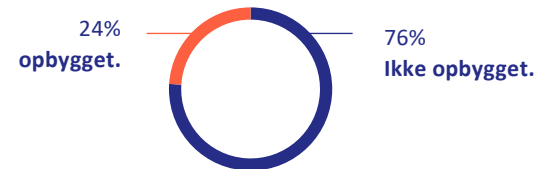
International samlet



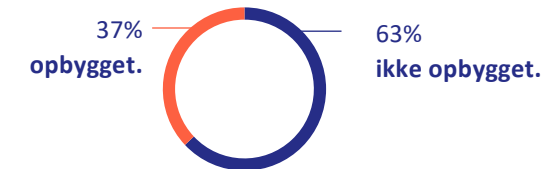
Frankrig



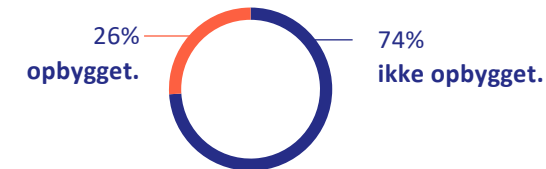
DACH – Tyskland, Østrig, Schweiz



Spanien



Finland



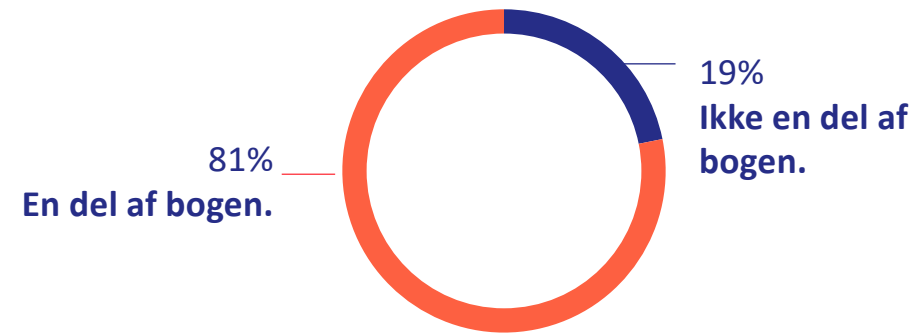
Sverige



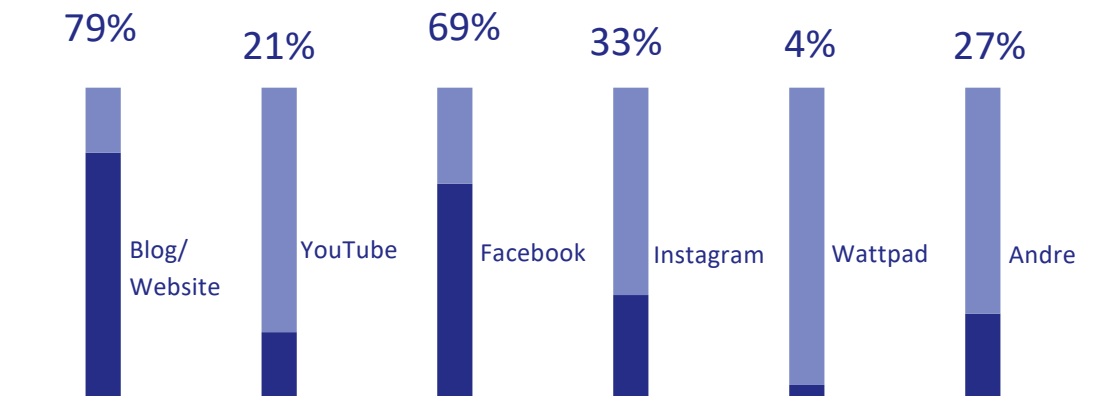
Opbygningen af et community

- Over 80 % af de danske forfattere lader også det tema, som de har opbygget et community omkring, indgå i deres første bog.
- Opbygningen af et community finder overvejende sted via en egen hjemmeside eller blog eller via Facebook.
- Hvis motivationen for at udgive er at formidle viden, ser man snarere opbygningen af communities i relation til emnet.
- Communities finder man hyppigere i relation til selvhjælps- eller kogebøger.

Det pågældende tema spillede for så mange af de adspurgte danske selvudgivere også en rolle i bogen:



Netværkene blev skabt via følgende platforme:



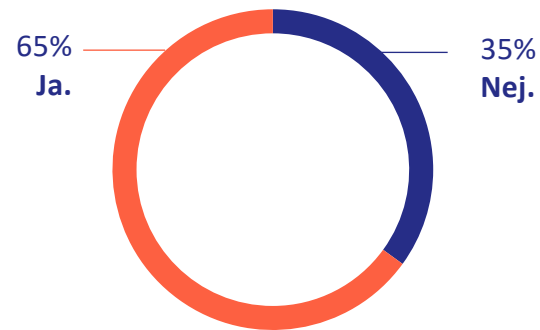
Det var muligt at nævne flere.

Opbygningen af et community

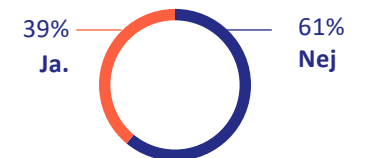
- Selvom franskmændene med 42 % er aktive mht. at opbygge et community til et bestemt tema før den første bogudgivelse, er det kun hver tredje, der lader temaet indgå i bogen.
- 87 % af de finske forfattere gør brug af temaet i deres første udgivelse og mobiliserer på den måde også købekraften i deres netværk.

Det pågældende tema spillede for så mange af de adspurgte europæiske selvudgivere også en rolle i bogen:

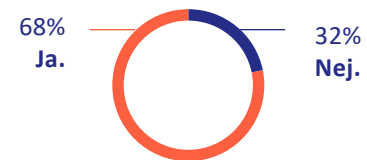
International samlet



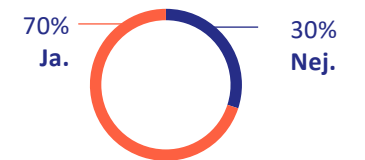
Frankrig



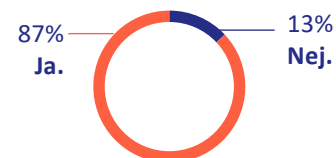
DACH-lande Tyskland, Østrig, Schweiz



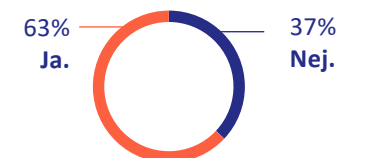
Spanien



Finland



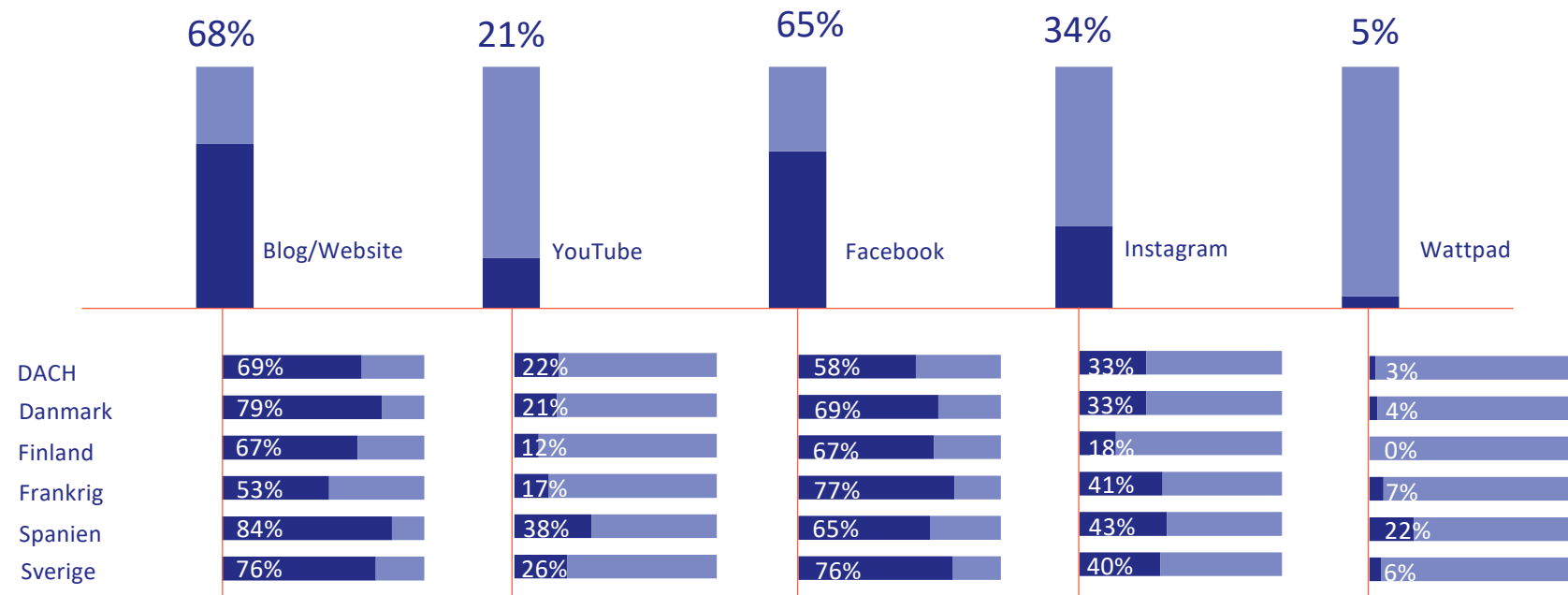
Sverige



Opbygningen af et community

- Også på internationalt plan er blogs hjemmesider og Facebook de mest populære platforme til at skabe et netværk omkring et bestemt emne forud for en bogudgivelse.
- I Frankrig, Spanien og Sverige benyttes Instagram i højere grad end gennemsnittet.
- Spanske forfattere er derudover også aktive på skriveplatformen Wattpad inden den første bogudgivelse.

Community opbygges via følgende netværk:



Det var muligt at vælge flere svar.

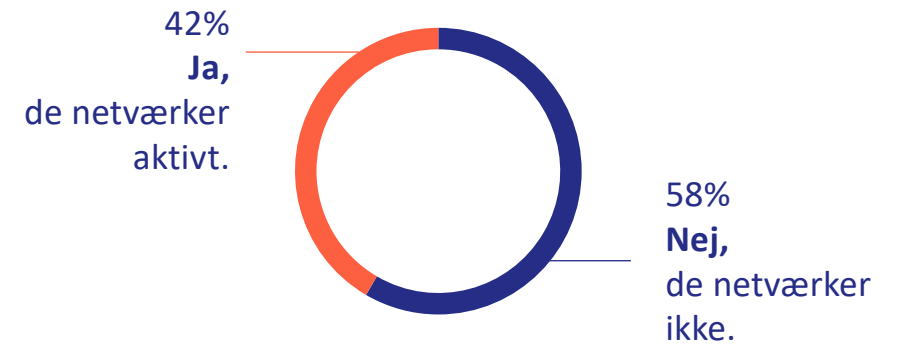
Netværksdannelse forfatterne imellem

Lidt under halvdelen af de adspurgte danske forfattere svarede, at de netværker med andre forfattere.

De primære grunde til at netværke med hinanden er

- sparring mht. selve udgivelsen og
- skriveprocessen.

Ud af de adspurgte danske selvudgivere svarede:



Netværksdannelse forfatterne imellem

De vigtigste emner:

- 69 % Bogudgivelse som selvudgivelse
- 69 % Skrivning
- 57 % Bogmarkedsføring

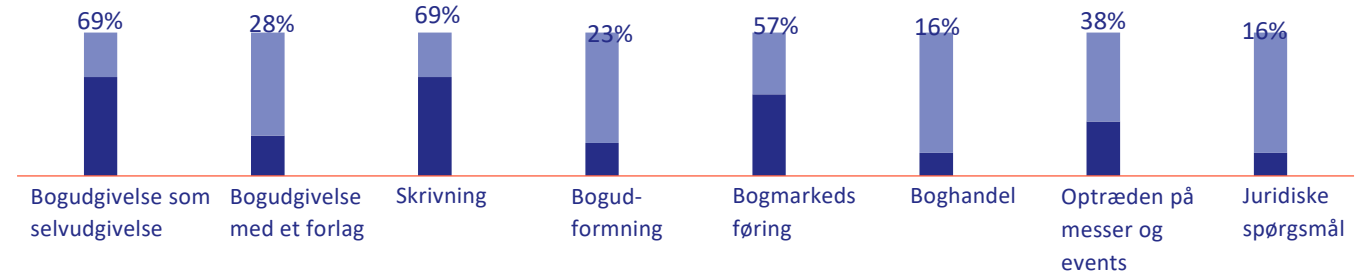
Forfattere som netværker:

- bruger mere tid i sociale netværk.
- arbejder oftere sammen med bloggere.
- investerer mere tid og flere penge i bogmarkedsføringen.
- er primært yngre kvinder.

Det betaler sig at netværke!

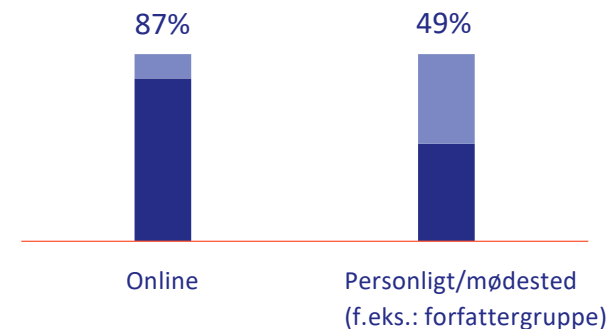
- Internationalt set viser undersøgelsen, at forfattere, der netværker med hinanden, er mere tilfredse og ofte opnår en bedre fortjeneste på deres bogsalg.

Danske forfattere mødes for at udveksle erfaringer om følgende emner:



Det var muligt at nævne flere.

Danske forfattere mødes her for at udveksle erfaringer:



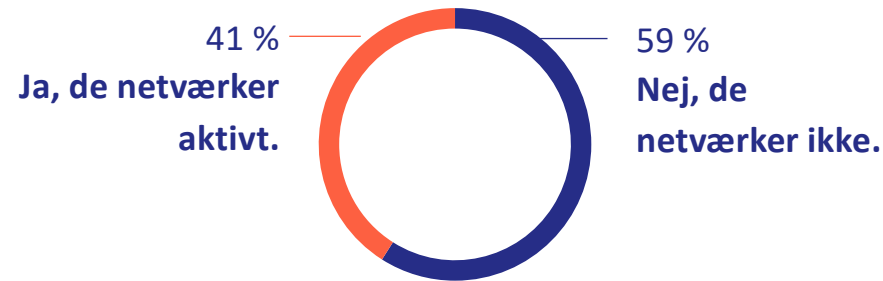
Det var muligt at nævne flere.

Netværksdannelse forfatterne imellem

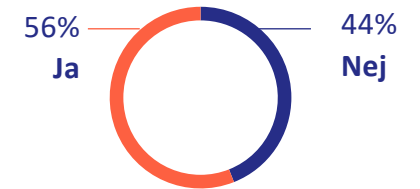
- Uafhængig udgivelse er stadig nyt i Spanien, og således netværker 78 % af forfatterne for at rådføre sig og give hinanden tips.
- Svenske og finske forfattere netværker mindst med hinanden sammenlignet med de andre europæiske lande.

Ud af de adspurgte europæiske selvudgivere svarede :

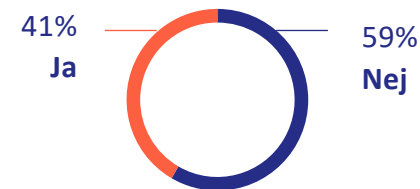
Internationalt samlet



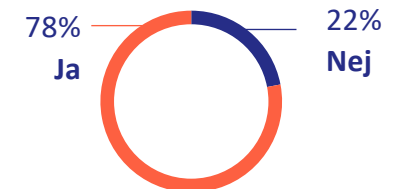
Frankrig



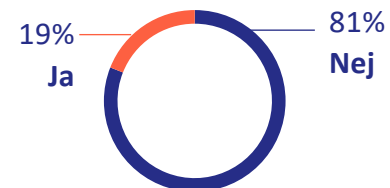
DACH-landene, Tyskland, Østrig, Schweiz



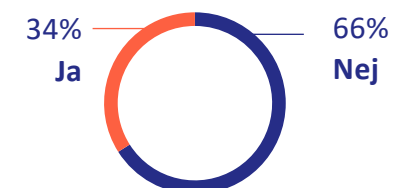
Spanien



Finland



Sverige

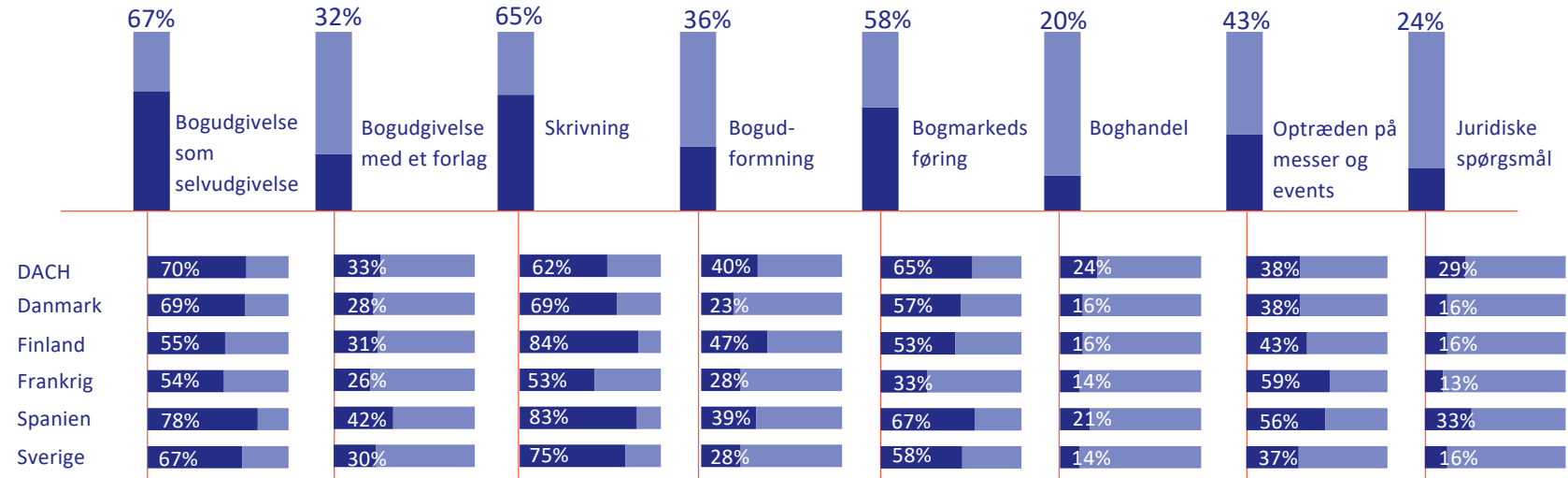


Netværksdannelse forfatterne imellem

Europæiske forfattere mødes for at udveksle erfaringer med hinanden om følgende emner:

De vigtigste emner internationalt set:

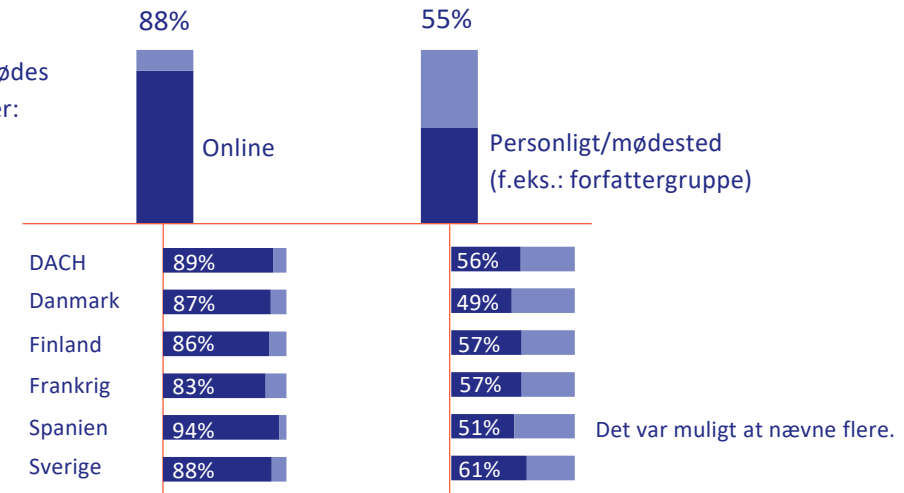
- 67 % Bogudgivelse som selvudgivelse
- 65 % Skrivning
- 58 % Bogmarkedsføring



- Franskmænd ønsker primært at bruge messer og events til at udveksle erfaringer.
- Finnerne er primært på udkig efter tip til skrivning og bogdesign.
- Spanske forfattere er ofte lige begyndt på selvudgivelse og leder derfor efter råd om flere forskellige emner.

Det var muligt at nævne flere.

De europæiske forfattere mødes her for at udveksle erfaringer:

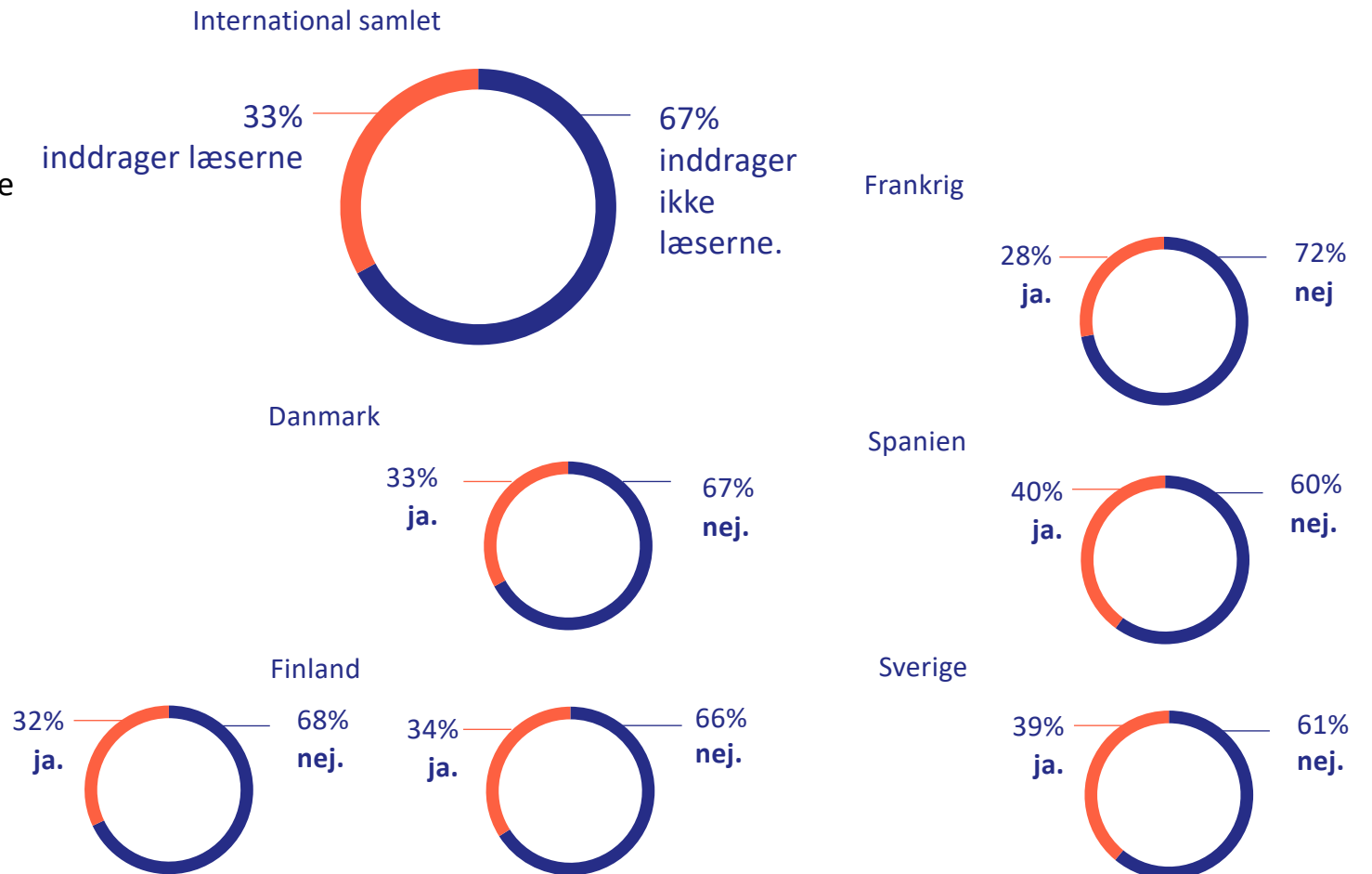


Det var muligt at nævne flere.

Inddragelse af læserne i bogtilblivelsen

Andelen af selvudgivere der inddrager deres læsere i bogtilblivelsen:

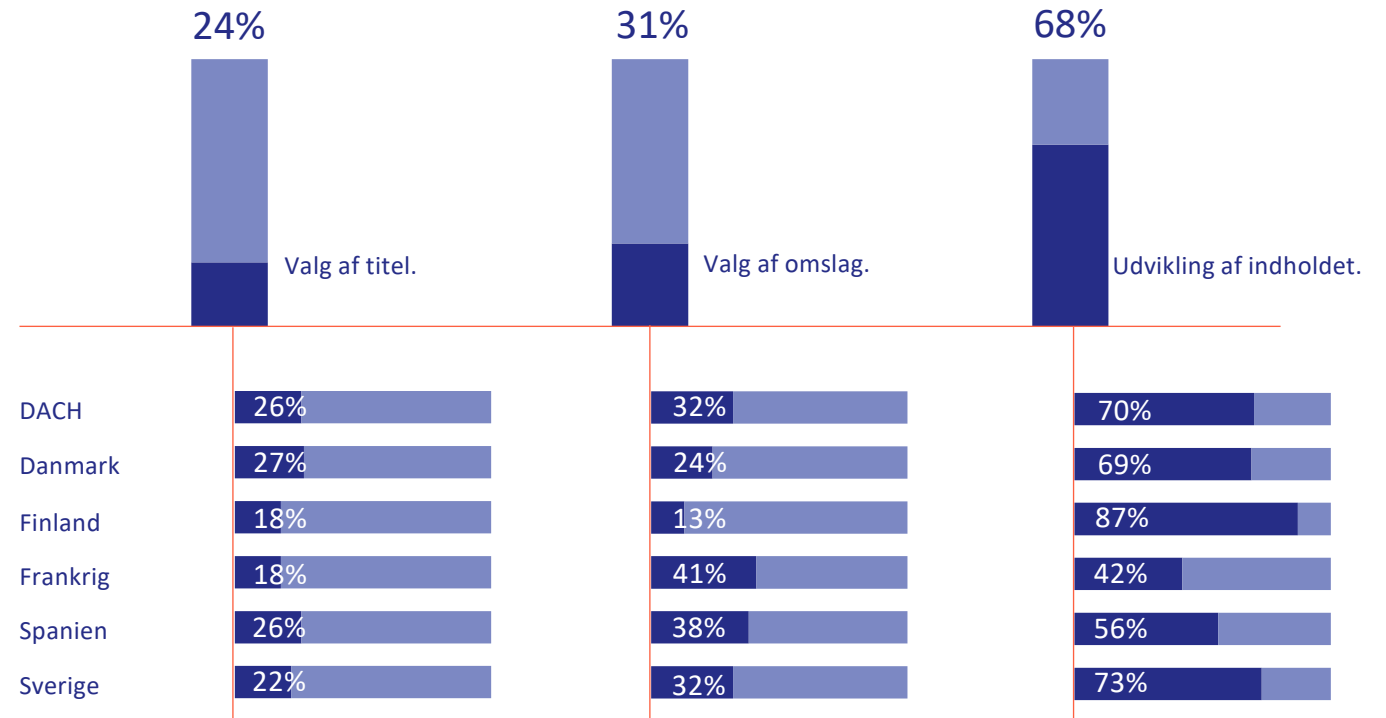
- En tredjedel af forfatterne på europæiske plan inddrager deres læsere i bogtilblivelsen. Det svarer også til andelen af danske forfattere.
- Franske forfattere har en tendens til at involvere deres læsere mindre i tilblivelsen af bogen, svenske og spanske forfatter inddrager derimod læsere mere i tilblivelsesprocessen.



Inddragelse af læserne i bogtilblivelsen

- I Danmark og i de andre europæiske lande er det primært i forbindelse med udviklingen af indholdet, at læserne inddrages.
- I Frankrig og Spanien bliver læserne i højere grad taget med på råd, når det gælder omslaget.

Europæiske selvudgivere inddrager deres læsere ved:

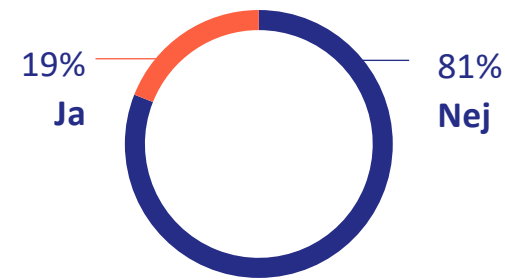


Samarbejde med bloggere

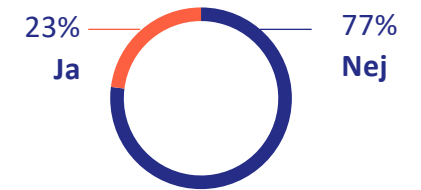
- Af de undersøgte europæiske selvudgivere benytter kun en ud af fem forfattere blogger-relationer til bogmarkedsføring. I Danmark er tallet endnu lavere.
- Kun franske og især spanske forfattere arbejder tættere sammen med bloggere for at markedsføre deres bøger.

Europæiske forfatteres samarbejde med bloggere:

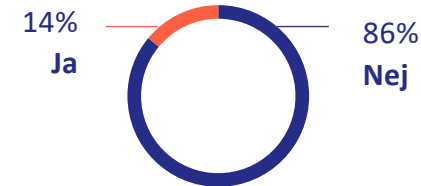
International samlet



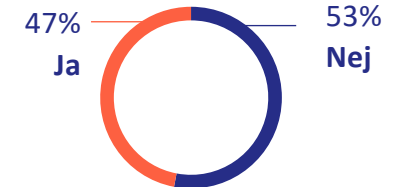
Frankrig



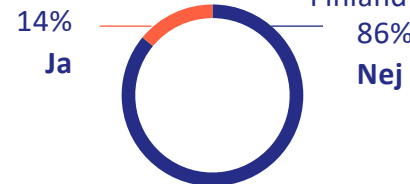
Danmark



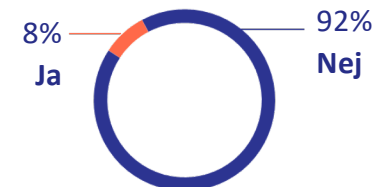
Spanien



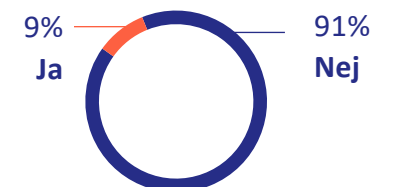
DACH



Finland



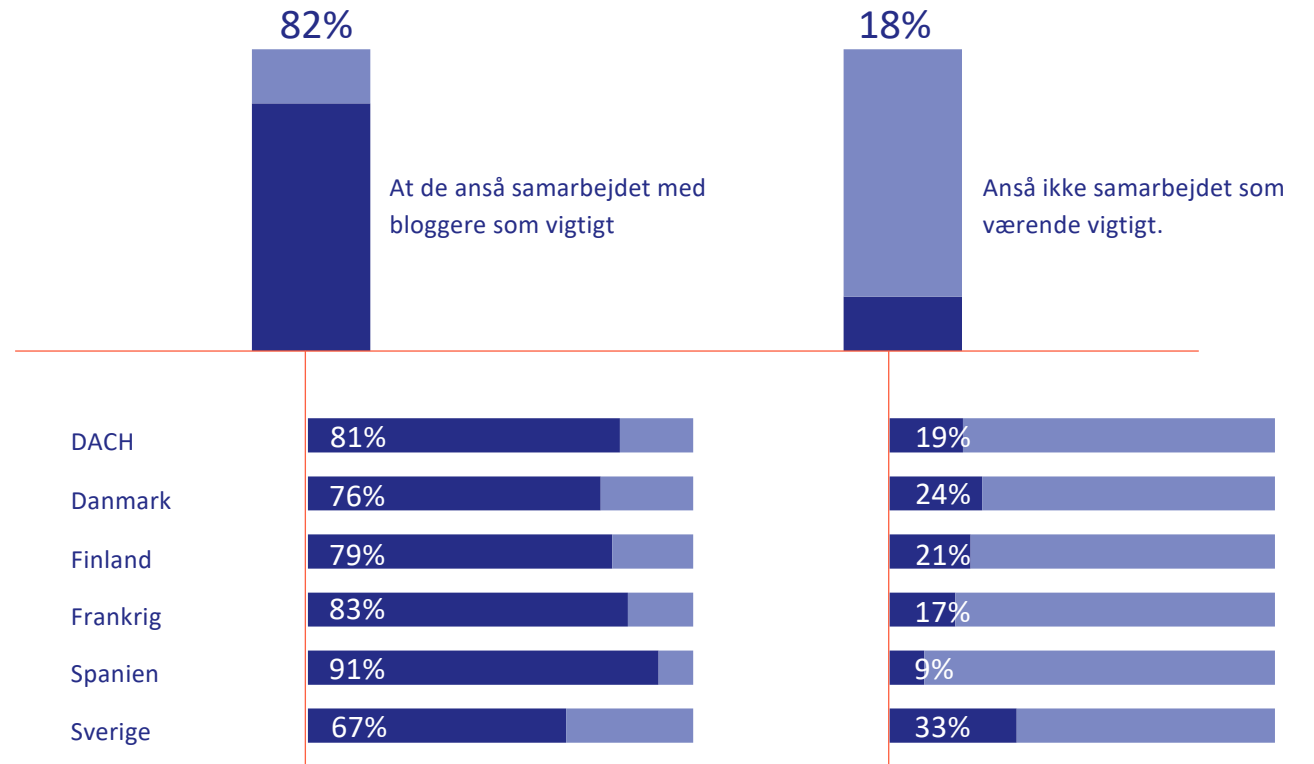
Sverige



Samarbejde med bloggere

- Langt de fleste europæiske forfattere, der bruger blogger-relationer, vurderer også samarbejdet som vigtigt for deres bogsucces.
- Igen er det de franske og spanske forfattere, der især vurderer samarbejdet med bloggere som et værdifuldt marketinginstrument.

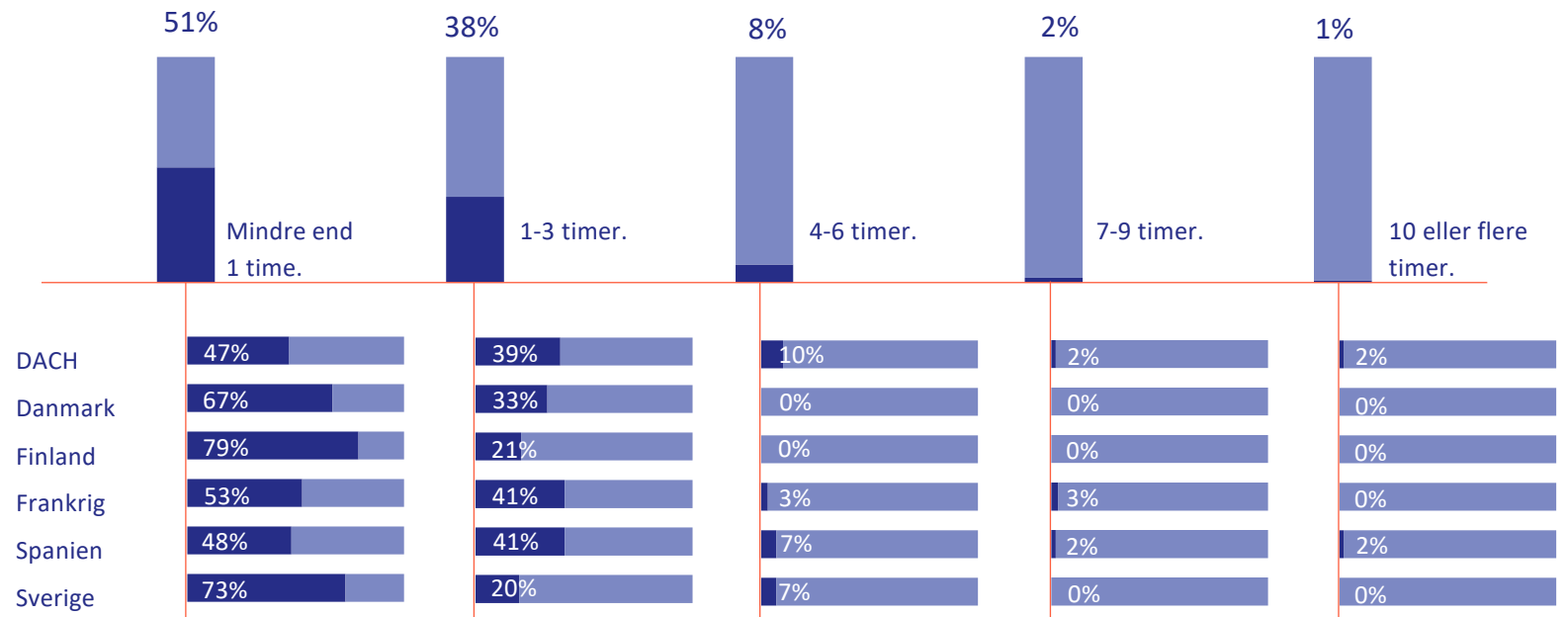
Af alle adspurgte selvudgivere i Europa angav:



Samarbejde med bloggere

- Tidsmæssigt investerer de adspurgte europæiske forfattere imidlertid kun lidt tid i samarbejdet med bloggere.

De adspurgte europæiske forfattere investerer i gennemsnit per uge i samarbejdet med bloggere:



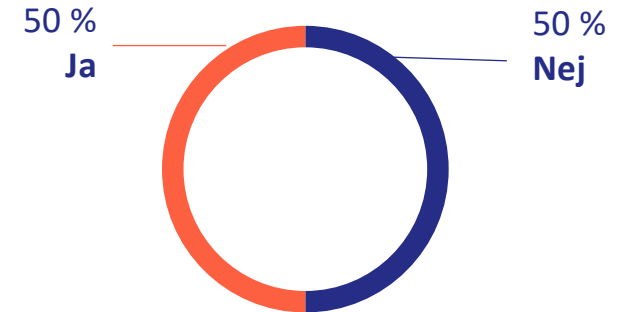


Professionalisering og
markedsføring.

Stigende professionalisering blandt forfatterne

- Professionaliseringen blandt forfatterne sætter sig stadig stærkere igennem. I 2016 angav 37 % af de adspurgte danske forfattere, at de samarbejdede med tjenesteudbydere om udformningen af deres bøger.
- I nærværende undersøgelse ses en stigning på 13 % i forhold til 2016, således at halvdelen af de adspurgte danske forfattere i 2019 svarede, at de gør brug af tjenesteydelser i forbindelse med bogens tilblivelse.

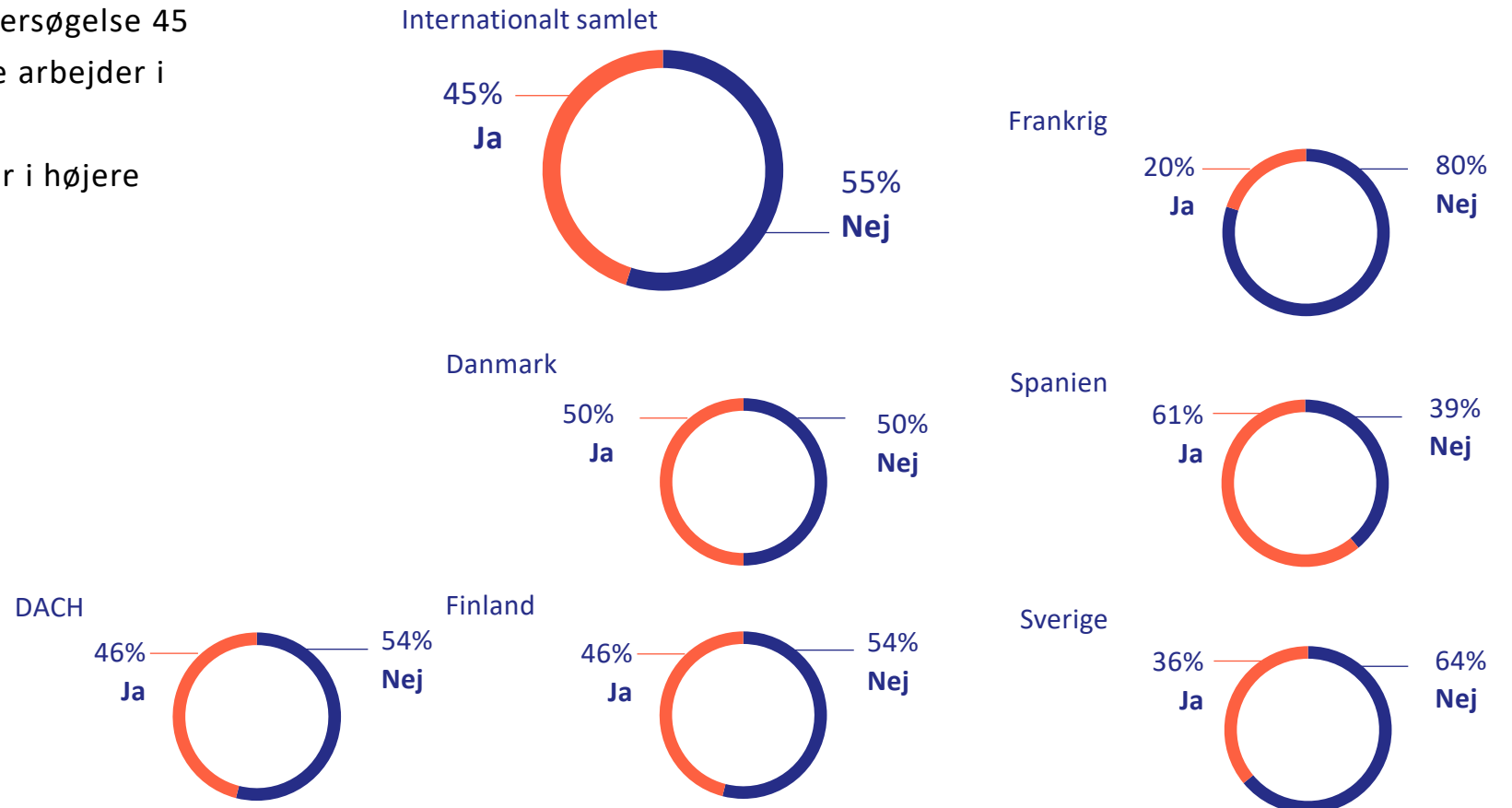
Ud af de adspurgte danske selvudgivere svarede følgende, at de samarbejder med tjenesteudbydere i forbindelse med udformningen af deres bøger:



Stigende professionalisering blandt forfatterne

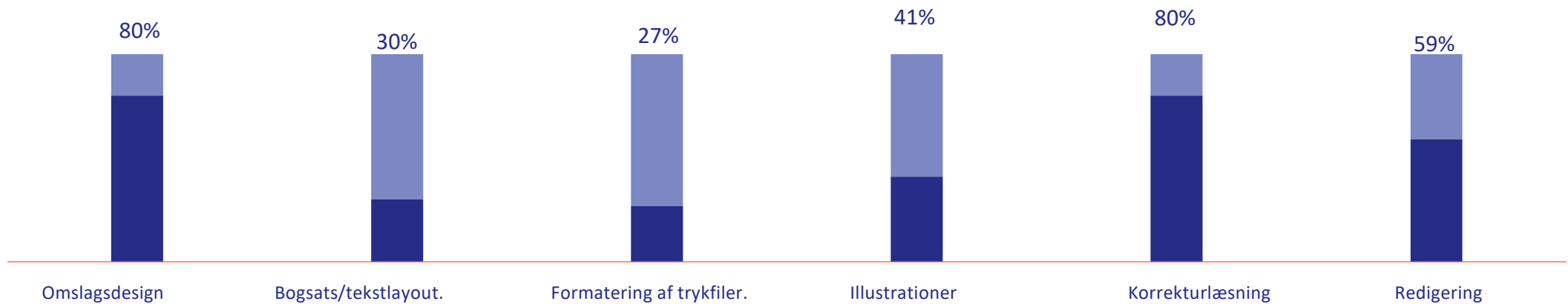
- Professionaliseringstrenden viser sig også internationalt. I 2016 angav 34 % af de europæiske selvudgivere, at de samarbejder med tjenesteudbydere. I nærværende undersøgelse 45 %. De danske og spanske selvudgivere arbejder i højere grad sammen med tredjepart.
- Franske og svenske forfattere arbejder i højere grad selv med deres bøger.

Blandt alle undersøgte europæiske selvudgivere oplyste følgende, at de samarbejder med tjenesteudbydere i forbindelse med udformningen af deres bøger:



Stigende professionalisering blandt forfatterne

De ydelser der oftest benyttes:



Det var muligt at nævne flere.

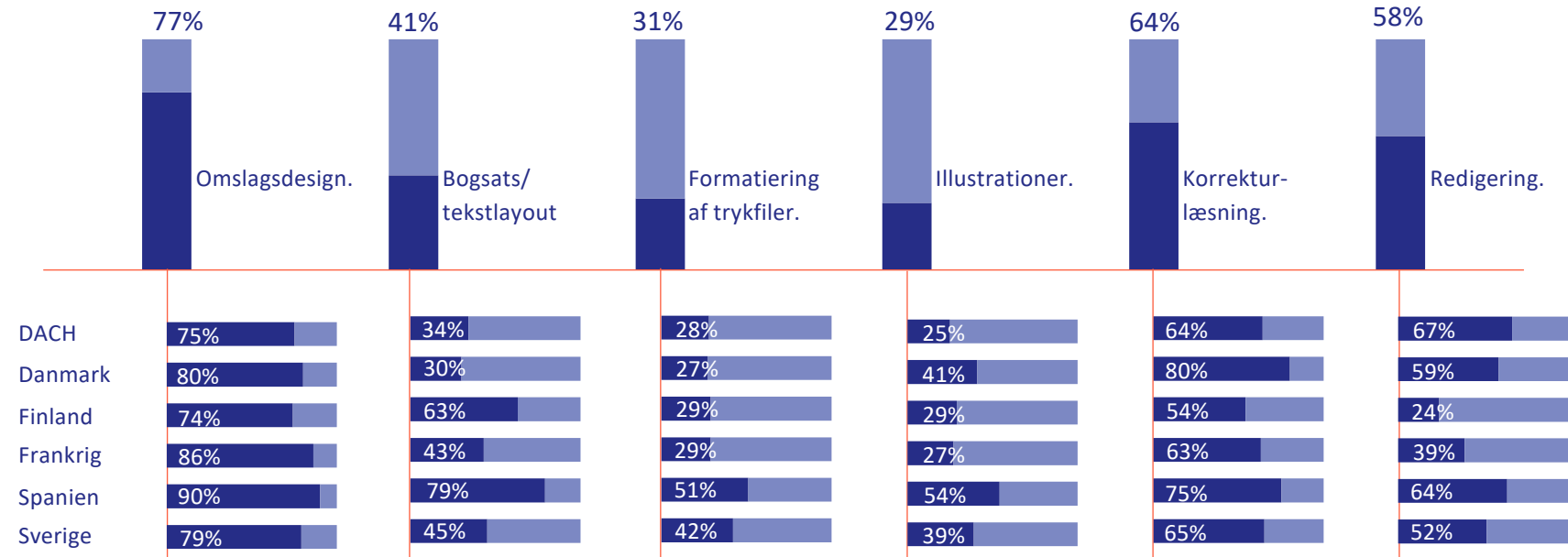
Omslagsdesign, redigering og korrekturlæsning er langt de mest anvendte services.

- I sammenligning med 2016 (76 % omslagsdesign, 59 % korrekturlæsning og 31 % redigering) er andelen, der anvender de 3 services højere i nærværende undersøgelse.

Stigende professionalisering blandt forfatterne

- Tysktalende forfattere gør i højere grad brug af redigering og spanske og finske forfattere gør i højere grad brug af bogsats eller tekstlayout.

De ydelser der oftest benyttes i international sammenligning:

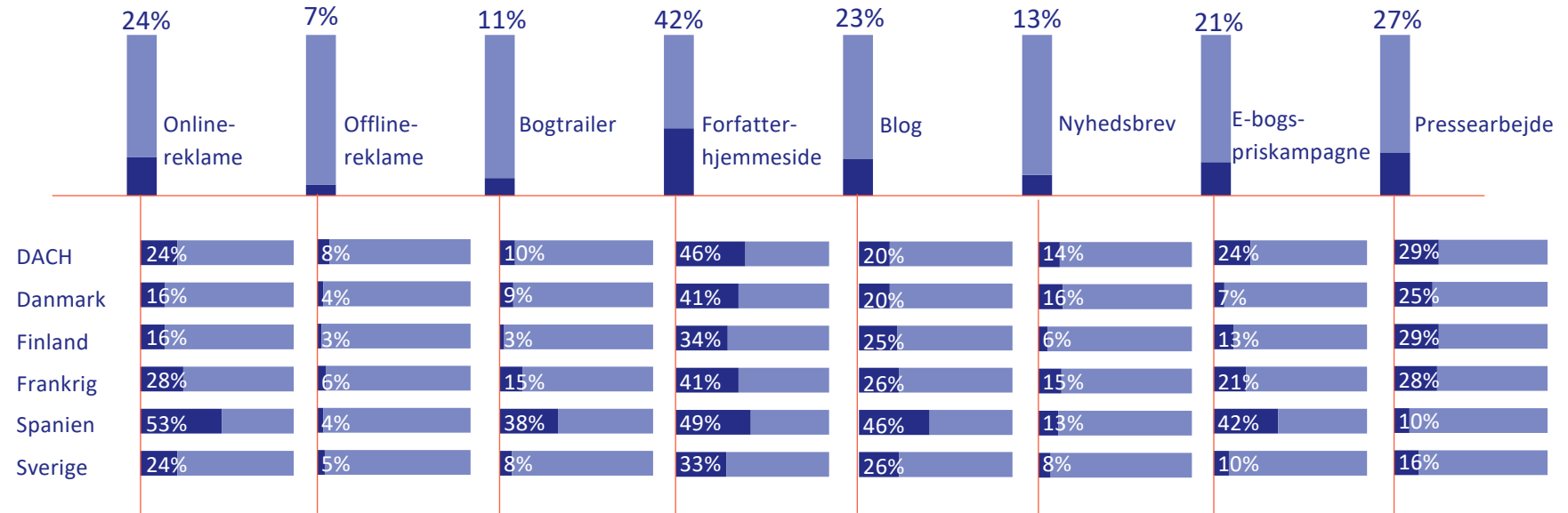


Det var muligt at nævne flere.

Omfattende bogmarkedsføring

- Danske forfattere har gerne en egen hjemmeside og sender i lidt højere grad nyhedsbreve til deres læsere.
- E-bogs-priskampagner er ikke kun populært blandt tysktalende forfattere, men også franske og særligt spanske forfattere gør brug af det.
- Spanske forfattere benytter også i højere grad online-reklame, bogtrailere og blogs.

Benyttede metoder til bogmarkedsføring:

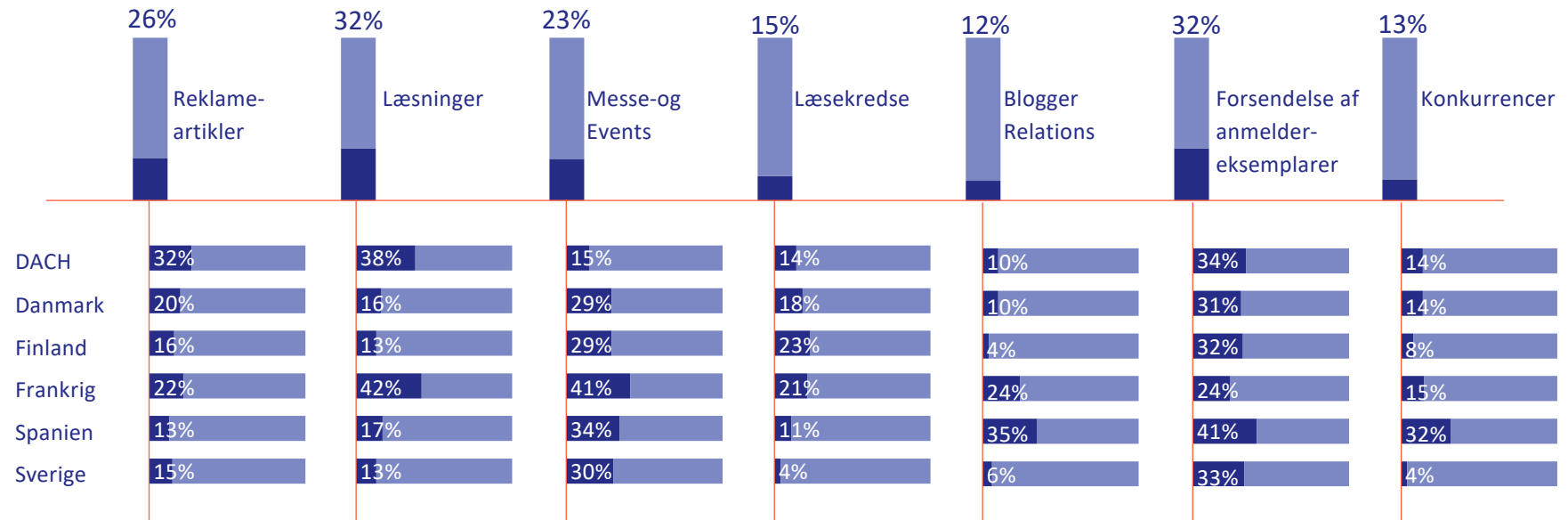


Det var muligt at vælge flere svar.

Omfattende bogmarkedsføring

- Franske forfattere er særligt aktive med læsearrangementer, messer og events og sammen med de spanske forfattere dem der bruger blogger-relationer mest.

Benyttede metoder til bogmarkedsføring :

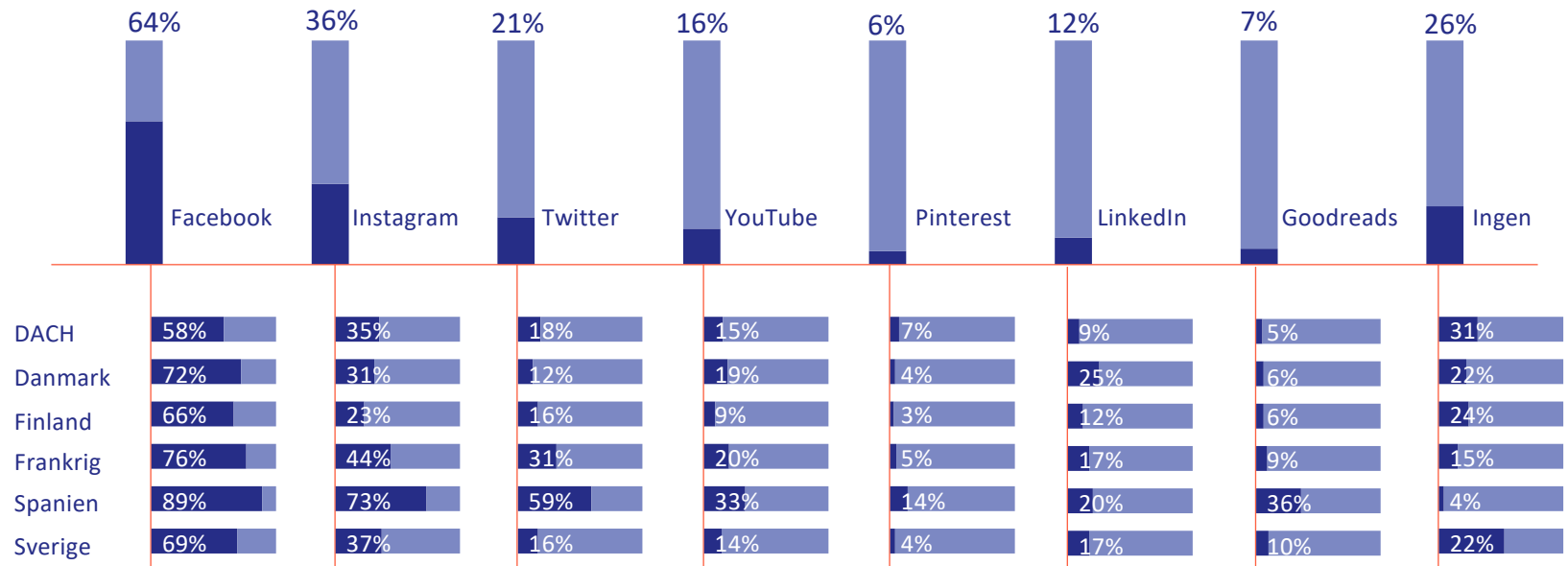


Det var muligt at vælge flere svar.

Sociale netværk i bogmarkedsføringen

- Danske forfattere netværker fortrinsvist med deres læsere på Facebook, men også LinkedIn ligger højt for de danske forfattere. Spanske og franske forfattere benytter i højere grad Instagram.

Benyttede sociale netværk i forbindelse med bogmarkedsføringen:

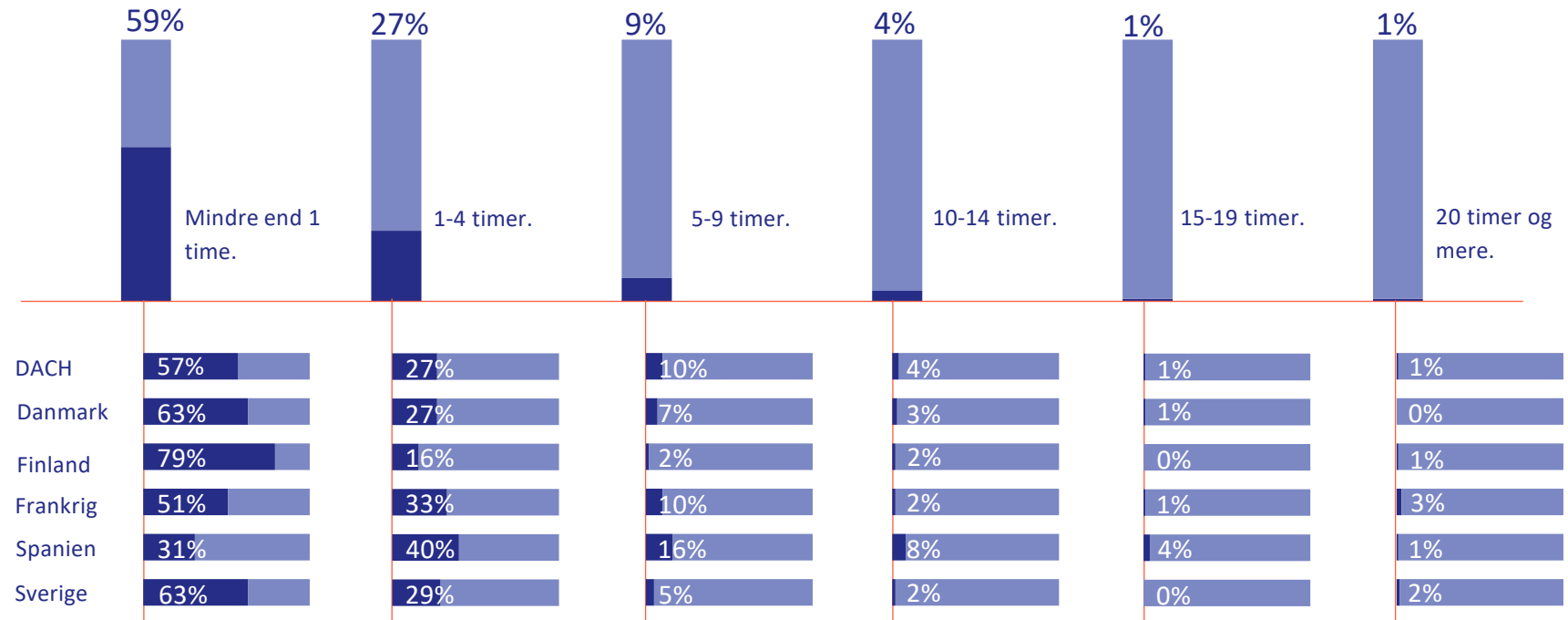


Det var muligt at vælge flere svar.

Mere tid til bogmarkedsføringen

- Undersøgelsen viser en lille forbedring i forhold til 2016 mht. det tidsmæssige forbrug på bogmarkedsføringen. Således bruger 11 % af de danske forfattere i dag mere end 5 timer på deres bogmarkedsføring, hvilket er en forbedring i forhold til 2016, hvor kun 6 % af de adspurgte investerede mere end 5 timer om ugen.
- Først og fremmest franske (16 %) og spanske forfattere (29 %) gør sig bemærket.

De adspurgte europæiske selvudgivere investerer i gennemsnit på deres bogmarkedsføring per uge:

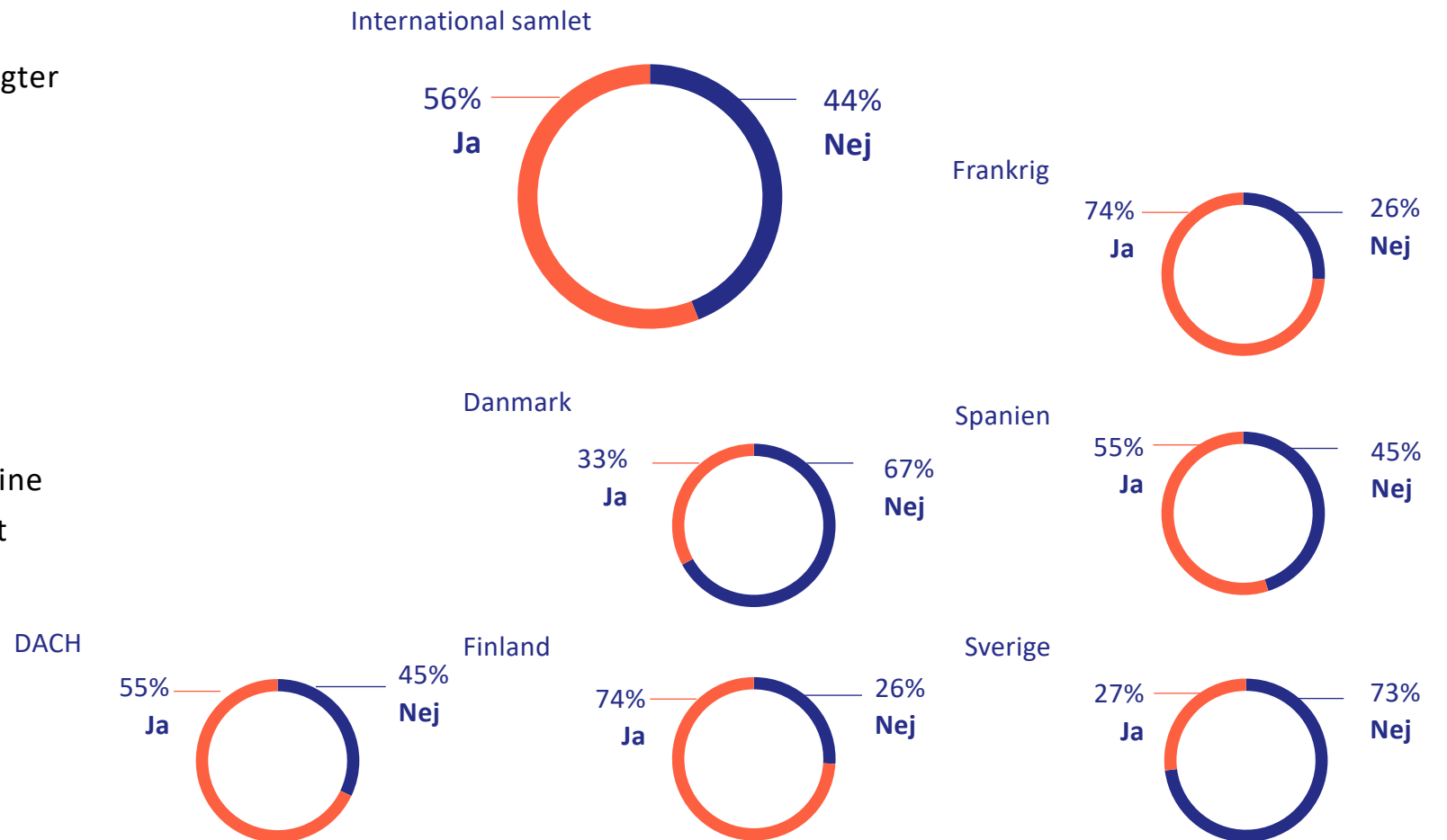


Forfatteren som brand

- På internationalt plan er det særligt franske og finske forfattere, der betragter deres markedstilstedeværelse som entydig.
- Selvudgivere i Danmark og Sverige betragter ikke i så høj grad deres tilstedeværelse på markedet som genkendelig.

En ensartet optræden som et brand - online og offline - skaber genkendelighed blandt læserne.

Andel af de europæiske selvudgivere, der betragter deres forfatterbrand som tydeligt og genkendeligt:



Om BoD

BoD - Books on Demand har siden 1997 været pioner og førende specialist inden for digital bogudgivelse og selvudgivelse i Europa. BoD er aktiv i 8 lande og har med produktion og internationalt salg af bøger som Print on Demand fra 1 eksemplar samt udgivelse af e-bøger gjort friheden til at udgive for både forfattere og forlag større samt øget titelmangfoldigheden på bogmarkedet i Danmark såvel som internationalt.

Med BoD udgiver forfattere deres bøger i eget regi til boghandlen og bevarer selv den fulde frihed til indhold, udformning og prisfastsættelse på deres værker. BoD hjælper og rådgiver efter behov og ledsager forfatterne gennem alle udgivelsesfaser fra idé over udgivelseproces og til markedsføringen. For forlagene åbner BoD muligheden for risikofri udgivelse af deres titler som digitaltryk i oplag fra 1 eksemplar ad gangen. På den måde bliver også udsolgte titler atter tilgængelige for læserne. BoD er i dag den erfarne samarbejdspartner inden for bogudgivelse for mere end 45.000 forfattere og over 2.600 forlag.

Yderligere informationer på bod.dk.

BoD

Books on Demand
Østergade 1, 2. sal
1100 København K

Kontakt:

Lisbeth Jensen

T 33 37 87 77

E lisbeth.jensen@bod.dk