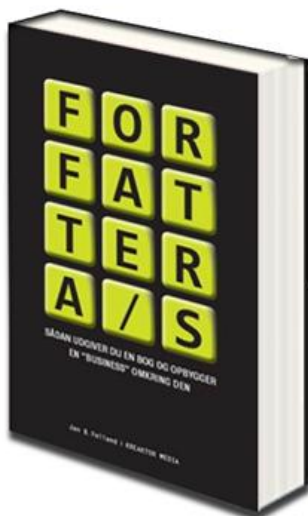


**Dette er et gratis kapitel fra bogen:**



## FORFATTER A/S

Sådan udgiver du en bog  
og opbygger en "business" omkring den  
af Jan B. Felland

Kapitlet beskriver "den digitale udvikling" indenfor  
bogbranchen – og udviklingens konsekvenser.

***[Videresend gerne dette gratis kapitel]***

## BEGEJSTREDE ANMELDERE

"Superb pligtlæsning for bogbranchen, og en foræring til den danske forfatterstand ... Sempelthen guld værd." (AbeloneGlahn.dk)

"Lettilgængelig og praktisk orienteret guide jeg ikke vil tøve med at anbefale til enhver forfatterspire." (Dansk Biblioteks Centers officielle lektøranmeldelse af Carsten Güllich-Nørby)

"... velskrevet og velstruktureret bog med masser af viden og inspiration, både for nuværende og kommende forfattere.", "Jeg kan varmt anbefale bogen." (Helle Munk på Mikrobusiness.dk)

"Jeg elsker forfattere, der gør tingene simpelt og leder deres læsere igennem. Det gør Jan B. Felland i den her bog ... Med masser af tjeklister og gode råd gør Jan B. Felland det utroligt nemt at publicere selv." (Jacob Hædt Larsen, Dinonlineprofil.dk)

"...nærmest uundværlig ... Jan Felland deler rundhåndet ud af egne erfaringer." (Søren Storm Hansen, dSeneste.dk)

"...virkelig mange gode råd ... meget gennearbejdet ... fuld af interessante skrivetips..." (Mikala Rosenkilde, Fyldepenen.dk)

**Senest: 60 biblioteker har allerede købt bogen. Dejlig "blåstempling".**

## OM BOGEN

Internettet har gjort det muligt for alle, at udgive en bog selv - både trykt bog og e-bog, i Danmark og globalt.

Du kan også sælge lydbøger, foredrag m.v., afledt af indholdet i din bog. Der er basis for at udvikle en god forretning.

Det kræver blot, at du som (nuværende eller kommende) forfatter tænker som en virksomhed og er villig til at lave andet end skrive.

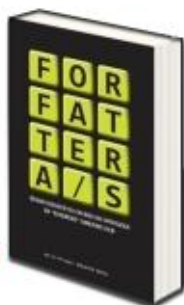
I denne bog får du baggrund og konkret vejledning, samt svar på for eksempel:

- "Den digitale udvikling", hvad er det?
- Hvor ligger pengene?
- Hvordan opretter du et forlag på en formiddag?
- Hvordan udgiver, sælger og markedsfører du din bog globalt og i DK?
- Hvordan profiterer du på dit indhold og viden på mange andre måder?

"FORFATTER A/S" vil ændre din selvopfattelse "fra forfatter til forretning", og vise dig hvordan du gør din viden, erfaring eller fortællinger til din "business".

"Forfatter A/S":

## Sådan udgiver du en bog og opbygger en business omkring den



"Simpelthen guld værd..."

"Superb pligtlæsning..."

Læs mere  
og køb bogen ...

**KLIK HER!**

**Forfatter-as.dk**

## 02 → "Udviklingen" ...?

Generelt sker der en digitalisering af store dele af samfundet og vores dagligdag i disse år. Vi søger informationer på nettet, kommunikerer via e-mails, sociale tjenester på nettet, SMS og mobiltelefoner, musik downloades i stedet for at blive købt i en forretning, magasiner bliver digitale og så videre.

Udviklingen er både teknologisk og adfærdsmæssig, og især fire områder har efter min opfattelse en særlig relevans for forfattere: internettet, e-bøger, e-mails og trykkeskærmsteknologien print on demand. Lad os se nærmere på dem.

### Internettet

På en relativt kort årrække er internettet (eller bare "nettet") og mobiltelefonen blevet integreret i en meget stor del af alle vore daglige gøremål, private såvel som professionelle. Nettet har efterhånden indflydelse på næsten alt, og en af de mest overordnede følgerikninger er den globaliserende effekt. I dag er store dele af verden forbundet via

kobber, fibernet og trådløse forbindelser, og dermed er den kommunikationsmæssige afstand mellem to mennesker på hver sit kontinent eller mellem et enkelt menneske og alle andre blevet næsten lig nul. En hjemmeside er relativt enkel at lave, og når den er live på nettet, kan alle andre se den (hvis de ellers opdager den blandt de andre, cirka 255 millioner hjemmesider som world wide web, ifølge Pingdom.com, består af).

---

**"Du kan  
publicere dit  
manuskript  
ganske nemt ...**

En e-bog er relativt let at lave og publicere globalt, så alle med en internetforbindelse kan købe den. Vi taler milliarder af mennesker (Pingdom.com estimerer antallet af internetbrugere til 1,97 milliarder)! Nettet har

skabt den kommunikationsmæssige infrastruktur, som gør, at alle nu kan kommunikere med alle, direkte.

For dig som forfatter medfører det en lang række fordele. Du kan publicere dit manuskript ganske nemt via forskellige hjemmesider, der tilbyder netop den service, således at det bliver konverteret til forskellige digitale formater og sat til salg online. Det betyder, at alle med adgang til nettet, uanset hvor i verden de befinder sig, vil kunne finde og købe din e-bog (uanset om de tilgår nettet via pc, smartphone, iPad eller andre "tablets"). Setup'et kan i øvrigt let udvides således, at læserne også kan købe og få tilsendt en trykt bog via print on demand.

For blot 10-15 år siden havde du som forfatter ingen chance for at overskue, hvordan du fx på egen

hånd kunne få udgivet en bog i USA, eller hele verden for den sags skyld. Du kunne måske kontakte forlag i en række relevante lande eller få hjælp til det af et dansk forlag med mange internationale kontakter. Men altså ... det var ikke specielt nemt. Og hvert enkelt udenlandske forlag skulle godkende manuskriptet, før udgivelsen kunne blive til noget. Og her taler vi endda udgivelse via forlag lokaliseret i de forskellige lande. Hvis du dengang ønskede at selvudgive din bog i fx USA, hvordan skulle du så gøre det i den "gamle verden"? Det var rimeligt uoverskueligt for ikke at sige umuligt.

I dag er det helt anderledes.

Ud over muligheden for selvudgivelse online findes der på nettet også en lang række sociale hjemmesider, hvor boglæsere og forfattere kan skrive til hinanden og udveksle synspunkter, og forfattere kan brande sig og markedsføre deres bog, hvilket i mange tilfælde vil være mere effektivt end en plakat på væggen hos en boghandler.

Til de fleste smartphones findes nu applikationer, så man nemt kan downloade e-bøger og læse dem direkte på mobilen eller på de lidt større "tablets", fx Apples iPad.

Google.com er blevet nettets – og generelt hele verdens – foretrukne sted at søge informationer. Og via den tjeneste, der hedder Google Books, kan du som forfatter gratis markedsføre din bog.

På nettet kan du hurtigt finde firmaer til at printe din bog og nemt sammenligne deres priser. Du kan også bruge nettet under bogskrivningen: Det er

det oplagte sted at researche, fordi der ligger så meget information. Du kan via en Facebook-gruppe inddrage brugerne i din research. Hermed er selve bogskrivningen blevet nemmere. (Jeg husker, hvordan jeg for 20 år siden cyklede i pendulfart frem og tilbage til biblioteker, da jeg skulle skrive afsluttende opgave under min uddannelse. En dag vil mine børn grine af den historie og næppe tro den!).

Nettet har forandret alt. Også dagligdagen og perspektiverne for forfattere.

---

## e-bøger

Lad os allerførst få nogle begreber og definitioner på plads.

### e-bog

En e-bog er kort fortalt en bog, som læses på en skærm i stedet for på papir. Derfor kaldes den også for en digital bog. Den kan læses på en pc-skærm, en mobiltelefon, en iPod eller anden form for bærbar digital enhed (Amazons Kindle, Apples iPad, Sony e-bogslæser m.fl.). Der er altså ikke noget, der bliver trykt, medmindre læseren selv printer bogen. En e-bog kan i sin struktur og udseende minde mere eller mindre om en traditionel trykt bog.

På den ene side kan en traditionel bog indscannes og læses på en skærm, hvor den præsenterer sig næsten som i den trykte udgave, og

man navigerer ved at "bladre" frem og tilbage via museklik eller tryk på en trykfølsom skærm.

På den anden side kan tekst og illustrationer i en e-bog udvides med videoklip, animationer, hyperlinks, interaktive funktioner, små spil, lyd, ikke-lineær navigation og en lang række øvrige tiltag, så man vel til sidst næppe kan kalde det en "bog", men mere en "multimedieproduktion". Grænsen er nok flydende. Midt imellem disse yderpoler placerer alle de øvrige former for e-bøger sig. På Amazon.com tilbydes tæt ved 400.000 e-bogstitler, og via andre udbydere (Sony eReader og Nook, se nedenfor) kan man få adgang til over en million bøger – blot for at give et indtryk af omfanget af tilgængelige e-bøger.

### e-bogslæser

En e-bogslæser (eller "eReader") er i denne forbindelse ikke en person, der læser en e-bog. En e-bogslæser kan dels være et fysisk apparat, som er specielt fremstillet til at lagre og fremvise e-bøger, fx Amazons "Kindle", "Sony eReader" eller "Nook" fra Barnes & Noble (der findes over 100 e-bogslæsere på markedet, og flere kommer jævnligt til).

Men en e-bogslæser kan også være det stykke software eller program, som bruges til at fremvise e-bøgerne på en fysisk enhed. For eksempel er en mobiltelefon ikke en e-bogslæser i sig selv, men til mange mobiltelefoner kan man downloade "Kindle" som program og dermed læse de samme bøger som på den fysiske "Kindle". Så Kindle er både et stykke hardware og software. Fra det danske marked kan

nævnes online boghandlen (med mere) Riidr.dk, som har lanceret deres egen e-bogslæser (software) som en applikation til download til iPhone, iPad og iPod.

De fleste fysiske e-bogslæsere baserer sig på en speciel skærmt teknologi, kaldet eInk, som giver bedre læsbarhed i sort-hvid og næsten ikke bruger batteri. Det estimeres, at antallet af solgte e-bogslæsere worldwide runder seks millioner i 2010 og måske 77 millioner i 2018 - og det er eksklusive tablets som iPad, som jeg omtaler nedenfor (kilde: Aaronson 2010).

Apparaterne er også på fremmarch i Danmark. Udbredelsen afspejles bl.a. i, at flere varehuse nu er begyndt at reklamere for en e-bogslæser i deres brochurer, og at forbrugermagasinet TÆNK i oktober 2010 som de første bragte en større test af e-bogslæsere.

## Tablet

En "tablet", "mediatablet" eller "tavlecomputer" er en transportabel og trykfølsom skærm, som kan forskellige ting, herunder bruges til at læse e-bøger - men tablets (som jeg vælger at kalde dem her) er mere end e-bogslæsere, da de fleste også kan gå på nettet og køre andre programmer. Apples iPad er et eksempel på en tablet. Tablets er altså ikke specielt konstruerede til e-bøger, men er oplagt til formålet, bortset fra at de modtager kritik af deres ringere læsbarhed, da skærmene baserer sig på en anden teknologi end eInk (LCD). Det ser i øvrigt ud, som om producenterne af de "rene" e-bogslæsere ser de

relativt nye tablets som alvorlige konkurrenter. For eksempel har Barnes & Nobles nyeste version af deres e-bogslæser "Nook" nu farveskærm og flere funktioner.

Firmaet Qi er desuden ved at udvikle en helt ny skærmtype, som både kan vise elnk og fungere som LCD-skærm. I det hele taget spurter udviklingen af tablets derudad. Det ser i øjeblikket ud, som om enhver hardwareproducent med respekt for sig selv har en tablet på markedet eller på vej. Og det amerikanske analyseinstitut Gartner Group forudser i en prognose fra oktober 2010, at antallet af solgte tablets vil eksplodere i de kommende år (kilde: Gizmag.com og Gartner.com).

## Formater

Ordet format kan referere til den fysiske størrelse på en trykt bog, altså fx 5"x8", men anvendes hyppigere som beskrivelse af en e-bogs digitale "form", altså hvilken kode eller software der ligger bag bogen, eksempelvis PDF eller Epub.

## Applikationer eller "apps"

Applikationer eller "apps" er særlige programmer beregnet til download til smartphones og tablets. For eksempel vil programmet "Kindle e-bogslæser" som nævnt kunne købes via iTunes som en applikation til iPhone og iPad, så man dermed kan købe og læse bøger fra Amazons digitale bogshop Kindle Store. Tilsvarende findes forskellige applikationer til andre typer smartphones såsom Blackberry, HTC, LG,

Samsung m.fl. Nogle applikationer fungerer som "boghandel", idet fx applikationen iBooks fra Apple giver dig mulighed for at shoppe blandt omkring 100.000 digitale bøger, downloade gratis smagsprøver på kapitler og så videre.

Og så over til udviklingen inden for e-bøger

Parallelt med udviklingen på internettet udvikledes forskellige formater til at udveksle tekstbårne dokumenter. PDF-formatet vandt stor udbredelse og kan læses af alle, der har installeret det gratis program Adobe Reader. PDF er måske nok det første format, som med lidt god vilje kan anvendes til noget, man kan kalde for en e-bog, og det anvendes stadig til mange e-bøger.

Igennem de senere år er udviklingen gået i retning af at give læsere mulighed for at læse deres e-bøger på andre apparater end deres stationære eller bærbare pc, nemlig e-bogslæsere og tablets, som beskrevet ovenfor, hvilket har medført behov for andre formater end PDF.

E-bøger fremstilles i dag i forskellige digitale filformater, som understøtter forskellige typer indhold, læsesituationer og læseenheder. I forhold til at producere, sælge og købe/læse e-bøger er det naturligvis helt afgørende, at afsender og modtager taler samme sprog, så at sige. At det filformat, en e-bog ligger i, kan læses af den e-bogslæser, læseren har. Format og e-bogslæser skal passe til hinanden, og det gør de ikke altid, for der foregår en mindre krig om formaterne. Store spillere på markedet, såsom Microsoft, Amazon og Adobe, mener alle hver især, at

netop deres format er det bedste. For at give dig et indtryk af markedet er her et udsnit af de forskellige filformater, der anvendes til e-bøger: PDF (Portable Document fra Adobe), AZW (til Amazon Kindle), OPF (Open electronic book package), TEI (Text coding initiative), LIT (Microsoft LIT), PDB, MOBI eller PRC (MobiPocket), EB20 og Epub. Den internationale organisation IPDF (International Digital Publishing Forum, IDPF.org) har valgt formatet Epub som standard, ligesom det også ser ud til at blive dansk standard (sammen med PDF), så måske vil dette format sejre på sigt.

Et udsnit af de dertilhørende e-bogslæsere (software såvel som hardware) dækker bl.a. Adobe Acrobat Reader, Adobe Digital Editions, Amazon Kindle, Apple iPad, MobiPocket, BeBook eReader, Microsoft eReader, iSilo eReader, DX e-bogslæser, PDA, Sony e-book Reader, Cybook Opus, HP Slate, Samsung Galaxy Tab, diverse smartphones etc.

At omsætningen af e-bøger på det amerikanske marked kan udvikle sig så eksplosivt på trods af denne "formatforvirring", er tankevækkende og opløftende. Jeg tør næsten ikke forestille mig udviklingen i omsætning den dag, en enkelt (eller nogle ganske få) formater og e-bogslæsere opnår de facto-markedsstandard. Måske er det Apple, som med lanceringen af deres iPad kan revolutionere salget af e-bøger, ligesom det skete med onlinemusiksalg, da Apples iPod blev lanceret.

Den aktuelle formatforvirring betyder også, at mange e-bogsudgivere sigter mod tekniske løsninger,

hvor man kan publicere én gang, så det kan læses overalt – altså metoder, som konverterer et enkelt format (fx en Word-fil) til en lang række digitale formater, så bogen bliver tilgængelig på mange forskellige e-bogslæsere. Smashwords.com tilbyder netop dette, hvilket vi vender tilbage til.

I forhold til traditionelle trykte bøger har e-bøger en række fordele for både forfattere/udgivere og læsere.

#### Fordele for forfatter/udgiver:

- Nemmere distribution via internettet/mobilnettet frem for fysisk forsendelse/transport.
- Mulighed for interaktivitet via links i bogen, nem søgning, animationer, video og lyd, deling af noter med andre læsere etc.
- Produktionen af en e-bog kræver ingen omkostninger, tid og kompetencer inden for trykning, indbinding, lager og distribution. Næsten alle vil kunne lære at producere en e-bog, og det er oven i købet billigt. Dermed er der opstået mulighed for, at forfattere selv producerer e-bøgerne, og i øvrigt, at der sættes en lavere salgspris, som vil være mere attraktiv for læserne.
- De er nemmere at få udgivet globalt, fx via Smashwords.com.

### Fordele for læsere:

- De er nemme at erhverve sig for læseren, da de kan købes præcis, når læseren ønsker det, døgnet og året rundt, og hvor som helst der er strøm og adgang til nettet.
- De er nemmere bringe med sig rundt i større antal. For eksempel kan der ligge omkring 200.000 e-bøger af gennemsnitlig længde på en iPad 64GB. Så kommer man næppe til at kede sig på sommerferien.
- De er miljøvenlige, da der ikke bruges papir og energi til trykning, transport etc.

### Ulemper:

- Det kræver strøm at læse dem (nogle tablets' batterier skal oplades efter seks-otte timer, hvilket ikke er nemt, hvis man er på trekking i bjergene).
- Bøger i stort format med flotte fotos ("coffee table"-bøger) egner sig ikke til alle former for e-bogslæsere.
- Tilfredsstillende nok ikke læsere, der godt kan lide følelsen af at have en traditionel bog i hånden.
- Læsekvaliteten på skærm i forhold til papir kan diskuteres.
- Bøger er ofte samleobjekter (og gaveobjekter), hvor den fysiske indbinding og måske indpakning samt synlighed i en reol kan have afgørende betydning.

- Risiko for at få stjålet eller beskadiget sin e-bogslæser og dermed miste alle sine bøger (medmindre man har taget backup.
- Læsernes bekymring for, at den e-bogslæser eller e-bøger, man overvejer at købe, bliver forældet for hurtigt på grund af de store teknologiproducenters kamp om markedsandele – ligesom der i sin tid var krig om videoformater, og folk med Betamax-videomaskiner sad tilbage med ubrugelige maskiner, fordi VHS-formatet vandt markedet i det lange løb.
- Bekymring for virusangreb på e-bogslæserne.
- Forfatterne risikerer piratkopiering og dermed mistede indtægter.

Efter min vurdering opvejer fordelene i de fleste tilfælde ulemperne. Fremkomsten af e-bogsformaterne og de forskellige e-bogslæsere har betydet, at arbejdet med at producere en færdig e-bog til udgivelse kan kategoriseres som en form for "gør det selv-arbejde" for forfattere. Næsten alle kan være med, og det koster næsten ikke noget.

Måske bliver e-bøger ligefrem den næste store tendens inden for selvpublicering for "alle" mennesker. Vi publicerer jo i forvejen os selv via opdateringer på Facebook og Twitter, videoer på YouTube, blogs, debatfora m.v. Det gør vi vel bl.a., fordi det er muligt, og fordi mennesket er et kommunikerende væsen, der har behov for opmærksomhed og relationer til andre mennesker.

Måske vil "alle" nu i gang med at udgive bøger?

---

## E-mails

Igen et relativt nyt fænomen, som de fleste af os har integreret helt naturligt i vores hverdag. Websitet Pingdom.com estimerer, at der i 2010 blev sendt i gennemsnit 294 milliarder e-mails worldwide om dagen (samt at 89% af dem var spam!). Som forfatter kan du bruge e-mailen til at udsende pressemeddelelser og anmeldereksemplarer af din e-bog. For ikke så mange år siden var pressemeddelelser noget, man puttede i en kuvert med frimærke på, og anmeldereksemplarer af en bog blev udsendt på samme måde – bare med lidt flere frimærker. E-mailen sparer altså noget besvær og penge til forsendelse. På internettet findes i øvrigt forskellige "presseservicer", som har lister med relevante e-mails til medier og derfor tilbyder at udsende ens pressemeddelelse nemt og hurtigt. Igen en service, som ikke fandtes på den måde for blot et årti siden.

---

## Print on demand

Begrebet er vel i en vis udstrækning selvforklarende, idet print on demand (POD) simpelthen betyder, at der først trykkes (printes) bøger, når der indløber en bestilling, uanset om bestillingen lyder på et, 10 eller

100 eksemplarer. Når dette kan lade sig gøre, skyldes det udviklingen af ny digital trykkes teknologi. Med traditionel offsetbogtryk vil det aldrig kunne betale sig at starte trykprocessen op for et enkelt eller nogle få eksemplarers skyld, men det kan det, når der anvendes digital printteknologi. Stykprisen pr. bog ved POD er lidt højere end stykprisen ved traditionelt bogtryk af et par tusind bøger, men til gengæld slipper du for risikoen ved at trykke for mange bøger, som skal oplagres og måske ender med ikke at blive solgt.

Visse POD-kvaliteter vil måske virke lidt "tarvelige" sammenlignet med traditionelt bogtryk, men man kan ikke påstå, at POD-bøger generelt er af ringere kvalitet. Mange POD-firmaer kan levere bøger af lige så høj standard som almindeligt bogtryk.

Nogle POD-firmaer fungerer udelukkende som trykkeri, mens andre samtidig tilbyder forskellige former for services over for forfattere/udgivere, fx distribution af bøger til boghandlere og direkte til slutkunder – fx Createspace.com, som vi skal se nærmere på i et kommende kapitel.

---

## **Konsekvenser**

En generel tendens i mediebranchen er, at papir er på retræte. Aviser og magasiner over hele verden oplever dramatisk nedgang i oplag. Til gengæld er skærme på fremmarch. Internettet har omkring 1,8 milliard brugere, der findes over 250 millioner smartphones og

allerede 5 millioner iPads. Bare for at nævne et lille udsnit af de skærme, som er i gang med at udkonkurrere papirmedierne. Så hvad mon der sker med de traditionelle bøger af papir?

Stort set intet af ovennævnte var muligt for 10-20 år siden. Naturligvis har forfattere altid kunnet oprette deres eget forlag, udgive deres egne bøger, sætte dem til salg hos traditionelle boghandlere og sørge for PR og markedsføring. Det har bare været både dyrt og besværligt. For at opsummere kan nogle af forskellene fra den "gamle" til den "nye" verden ses her.

*Professionelt layout og ombrydning kunne nemt koste 30.000-50.000 kr. eller mere.* Med e-bøgernes fremkomst betyder layout mindre, og med forskellige typer software kan mange ikke-grafikere i dag selv layoute en simpel bog.

*Professionel korrekturlæsning var også en omkostning.* Stavekontrol i Word har reduceret behovet for korrekturlæsning (men ikke overflødiggjort det, for rigtig korrekturlæsning er meget mere end simpel stavekontrol).

*Bogtryk og -indbinding kostede måske 50.000-150.000 kr. "up front".* E-bøger skal slet ikke trykkes, og print on demand-teknologi har fjernet startomkostningerne ved trykte bøger.

*Distribution af trykte bøger kostede også penge.* E-bøger distribueres (næsten) gratis via internettet.

*PR og markedsføring (annoncering i blade/magasiner, plakater, messer, bogsigninger)*

*var en potentielt stor udgift.* Fremkomsten af e-mails og onlinepressetjenester har gjort PR-arbejdet lettere. I forhold til markedsføring kan bøger – og deres forfattere – i dag synliggøres næsten omkostningsfrit og mere effektivt via forskellige communities på internettet, egen hjemmeside, Google Books m.v.

*Boghandlerne fik "rabat", typisk omkring 30 % af bogens salgspris.* Nu kan forfattere selv sælge bogen via egen hjemmeside eller andre onlinetjenester og dermed beholde en god del af de 30 % selv.

*Udgivelse i udlandet var relativt sjældent og krævede kontakt mellem det danske og udenlandske forlag, samt at den danske udgave var en bestseller.* I dag kan alle forfattere selv publicere og sælge deres egne bøger globalt via internettet, direkte til købere overalt på kloden.

*Der var intet genbrug af indhold, måske højst foredrag i forlængelse af bogen.* I dag kan forfatteren profitere af sit indhold på mange måder: Enkelte kapitler eller hele bøger kan relativt nemt laves til lydbøger, POD-cast eller webvideo, forfatteren kan afholde onlinewebseminarer, lægge indhold direkte på en hjemmeside og tjene på onlineannoncer etc.

*Tidligere måtte forfatteren først vente måneder på at få godkendt (eller afvist) sit manuskript hos et traditionelt forlag.* Selvpublicerende forfattere bestemmer selv hvad der udgives, uden ventetid. Et godt eksempel er bogen "2:46: Aftershocks: Stories from the Japan Earthquake". Bogen samler en række øjenvidneskildringer fra jordskælvet og tsunamien i Japan i 2011, og blev angiveligt skabt og udgivet på

lidt over en uge, bl.a. ved at indsamle beretninger via Twitter (Kilde: dSeneste.dk).

*Ophavsrettigheder blev overdraget til forlaget.*  
Selvudgivne Forfatter A/S'er bevarer alle rettigheder.

*Lav indtjening for forfattere, typisk 10-15 % i royalty pr. solgt bog. Sjældent nok til at retfærdiggøre tidsforbruget på manuskriptskrivningen.* Kan ligge væsentligt højere ved selvudgivelse og salg af afledte ydelser.

*Stor grundinvestering for forlaget, kunne nemt være i størrelsesordenen 100.000-300.000 kr. (eller mere) på udgivelsestidspunktet.* I dag kommer den selvpublicerende forfatter langt for mindre end 10.000 kr.

*Ændret købsadfærd hos læserne.* En stor del af handlen med bøger foregår i dag via online-bogshops, ligesom mange læsere hellere køber bøger på baggrund af onlineanbefalinger fra andre brugere frem for boghandlerens anbefaling i den fysiske butik. Det betyder meget i forhold til, hvordan man synliggør sin bog over for mulige købere. Måske er plakater i en fysisk boghandel og julekataloger ind ad brevsprækken ikke længere så afgørende.

## Branchen bekræfter udviklingen

Internettet har smadret oplagstallene på mange dagblade og magasiner. Tilsvarende vil e-bogslæsere og e-bøger sandsynligvis i et vist omfang påvirke salget af fysiske bøger negativt og få et stort antal forfattere til at "gøre det selv", uden om de etablerede forlag.

At der er grundlæggende forandringer i gang i bogbranchen, bekræftes fra flere sider. Blandt andet af Gyldendals administrerende direktør Stig Andersen, som til dagbladet Information den 13. maj 2009 udtalte, at "... der [er] nogle strukturelle udfordringer for både forlag og boghandlere, som består i, at bøgerne i stigende grad bliver ufysiske og i stedet kan downloades på nettet".

Ifølge samme artikel er forlagsdirektør på Politiken Karsten Blauert enig i den betragtning og fremhæver de strukturelle forskydninger på bogmarkedet som en væsentlig årsag til fyringer på forlaget. Også Nordisk Bog Center A/S, der står for distribution af bøger til boghandlerne, mærker forlagenes dalende salg og måtte i 2009 fyre syv medarbejdere.

Når bøger i højere grad købes via nettet, måske endda som e-bøger, rammes boghandlerne

---

**"Der er  
grundlæggende  
forandringer  
i gang i  
bogbranchen ...**

naturligvis på indtjeningen. Og boghandlerne har da også allerede i en årrække været presset på omsætningen fra salg af bøger. Mange boghandleres udstillingsvinduer og kataloger handler nu lige

så meget om printerpatroner, skoletasker og drikkedunke med navn.

Indeks Retail er Danmarks største kæde af

boghandlere og står bag bl.a. Bog & Idé-butikkerne. Administrerende direktør i Indeks Retail Henrik Christensen beskriver situationen således: "Vi har kompenseret for det vigende bogmarked ved at øge indsatsen på nye vareområder i forretningerne ..." (kilde: epn.dk).

Formanden for boghandlerforeningen bekræfter tendensen og udtaler: "Udfordringen for branchen er at skabe en større omsætning ved at tage andre sortimenter som for eksempel papirvarer ind. Og det er nødvendigt, hvis bogen fortsat skal være repræsenteret i den lokale detailhandel" (kilde: Politiken.dk).

Ud over det faldende bogsalg i butikkerne presses boghandlerne også af de nyligt indførte frie bogpriser, som medfører øget konkurrence i salgsleddet. Derfor presser forhandlerne forlagene ned i pris, og så falder deres indtjening. Som en konsekvens vælger flere af de etablerede forlag at skære ned på antallet af nye titler og i højere grad satse på det sikre, hvilket ikke ligefrem gør det nemmere for nye forfattere at få foden indenfor.

Dansk Forfatterforening er også opmærksom på tendenserne og mener, at "Den digitale udvikling har potentiale til at *revolutionere* den måde, hvorpå vi producerer, sælger og forbruger litteratur" (min fremhævelse), og endvidere: "Som konsekvens af overgangen til digital distribution bliver forlagenes rolle i produktionen (tryk m.v.) og boghandlernes rolle i salg og distribution af mindre betydning. I mange tilfælde vil forfatteren selv være i stand til at

producere sit værk og distribuere det til læseren" (kilde: Dansk Forfatter Forenings "Digitaliseringsrapport" fra 2008).

Denne holdning deles af forfatter og medieteoretiker Douglas Rushkoff, som på den store bogmesse i Frankfurt i 2010 holdt et indlæg, hvori han bl.a. sagde: "Der er ikke brug for nær så mange personer på forlagene i fremtiden ... Vi bevæger os ind i en verden, hvor jeg som forfatter ikke behøver hverken forlag, grossist eller boghandel for at nå min læser. Alt, man behøver, er en god redaktør."

### Går "bogen" i opløsning?

Nogle vil hævde, at udviklingens ultimative konsekvens er, at "bogen" i traditionel forstand simpelthen går i opløsning, fordi fremtidens "bøger" er så forskellige fra nutidens. Der er nok ingen tvivl om, at begrebet "bog" bliver nyfortolket og udvidet i disse år. Der findes allerede børnebøger til iPad'en, hvor læseren ikke alene kan bladre igennem en lineær fortælling, men også afspille små filmsekvenser og spille spil med direkte relation til fortællingen. De digitale "devices" til læsning af bøger muliggør så mange nye funktioner, at det næsten kun er fantasien, der sætter grænser for, hvilke "bog"former der vil opstå, og det vil uvægerligt presse den traditionelle bogform.

Mange deciderede opslagsværker er allerede på retur, fordi man typisk "slår op" på nettet i alle mulige sammenhænge i stedet for at tage en bog ned fra hylden.

På den anden side indeholder den klassiske bogform stadig nogle uomtvistelige fordele. Igen er der naturligvis forskel på, om vi taler skønlitteratur, digte eller fagbøger. Men for at tage fagbogen er det min faste overbevisning, at den måde at præsentere indhold på også vil overleve fremover. En fagbog (som fx nærværende bog) skulle gerne have den styrke, at en fagperson har udvalgt det relevante stof og præsenterer det på en overskuelig og brugbar måde. Det giver læseren en "bekvem" oplevelse. Denne traditionelle form for formidling – en samlet, sammenhængende fremstilling af et emne – har igennem årtier fungeret som en brugbar struktur og vil sikkert også fungere i en rum tid endnu.

Naturligvis kan en fagbog som den nærværende også udvides med filmklip og andre former for interaktivitet eller "multimediefunktioner" eller produceres som en decideret applikation til smartphones og tablets. Men her spiller en række begrænsende aspekter naturligvis ind. Dels må man altid vurdere "indsats kontra udbytte", altså, hvor meget bedre bogen vil blive i en "extended" version (set fra et læsersynspunkt) i forhold til den tid og økonomi, det vil koste at producere den. Vil den yderligt investerede omkostning kunne tjene sig hjem igen? Hvem er målgruppen for bogen, og hvilken bogform tjener formålet bedst?

Når man i dag har et budskab eller en historie, man vil ud med, er der langt flere muligheder at overveje end tidligere, når det gælder den form, man skal vælge til sin formidling. Fremtiden vil helt sikkert

byde på mange nye fortolkninger af begrebet "bog", men det er min overbevisning, at den traditionelle bogstruktur (altså den sammenhængende, lineære fremstilling af et emne) ikke forsvinder lige med det samme (men den vil oftere og oftere blive publiceret som e-bog).

## Megatrends og tendenser

Ud over de tidligere nævnte udviklinger inden for internettet og hjemmesider til selvpublicering etc. kan man også betragte bevægelserne hos verdens store, internationale producenter af hardware. Stort set alle har, eller arbejder på at få, e-bogslæsere eller tablets i deres produktsortiment.

Steve Haber, direktør i Sonys afdeling for digital læsning, udtaler ifølge Impactlab.com: "I løbet af fem år vil der blive solgt mere digitalt indhold, end fysisk indhold. For tre år siden sagde jeg, at det ville ske i løbet af ti år, men jeg indså, at jeg tog fejl – det er sket i løbet af fem år." Steve Haber mener, at den digitalisering, man har kunnet observere i musik- og fotobranchen, nu repeteres på bogmarkedet, og at der er tale om et paradigmeskift af en størrelsesorden, som bogbranchen ikke har gennemlevet i hundredvis af år. Eftersom Sony ikke udgiver fysiske bøger, men bl.a. sælger en e-bogslæser (Sony eReader), har Steve Haber en interesse i at tale det digitale marked i vejret, så man kan ikke se hans udtalelser som en uafhængig vurdering. Alligevel siger det vel lidt om den tiltro, som producenterne af e-bogslæsere har til den digitale fremtid. En lang række andre tendenser og

vurderinger synes at bekræfte udviklingen. Martyn Daniels, forfatter til den britiske boghandlerforenings rapport "Brave New World" (2007), udtalte på en konference om fremtidens boghandel i Göteborg i september 2010: "Kun at ville sælge fysiske bøger i fremtiden er det sikreste selvmord, jeg kender!" (Kilde: Bogmarkedet)

I Kina har regeringen besluttet at udstyre

---

**"Kun at ville sælge fysiske bøger i fremtiden er selvmord ..."**

nationens 165 millioner studerende med en e-bogslæser. Desuden er alle bøger i landets biblioteker blevet scannet, således at 1,3 million titler nu er tilgængelige digitalt (kilde: "Brave New World", The Booksellers Association of

the United Kingdom & Ireland).

Ifølge chefredaktøren på "Svensk Bokhandel", Lasse Winkler, blev "... vinteren 2011 vendepunktet, hvor den digitale udvikling inden for bogbranchen fik sin specifikke tyngde" (kilde: Bogmarkedet 05/2011). Ifølge Lasse Winkler kan ingen længere se bort fra den digitale udviklings afgørende indflydelse på fremtidens forlæggeri.

Jane Friedman, der er tidligere forlagschef for HarperCollins, en af de seks store forlagsgrupper i USA, udtalte i januar 2011: "Situationen i branchen lige nu er meget vital. Jeg har været med længe, men aldrig har jeg været med til en udvikling med en sådan kraft og en sådan dybde som den, vi ser i dag" (kilde:

Bogmarkedet 05/2011).

På Amazon.com er cirka hver tredje solgte bog nu en e-bog (kilde: meandmykindle .wordpress.com). Amazon.com forudser selv, at ved udgangen af 2011 vil deres salg af e-bøger overhale både paperback og hardcover (kilde: Helium.com).

Apple lancerede deres iPad 12. marts 2010. 80 dage senere var der solgt tre en halv millioner iPads og downloadet mere end fem millioner e-bøger via iBooks.

Ifølge The Boston Consulting Group forventer halvdelen af alle amerikanere at anskaffe sig en e-bogslæser eller tablet i løbet af tre år (kilde: Comscore.com).

Kevin Kelly hjalp i 1993 med at lancere Wired Magazine og var i en årrække redaktør på bladet, som i den periode vandt flere magasinpriser. Han har siden fulgt den teknologiske udvikling både bredt og tæt. Direkte adspurgt om, hvad han ville gå efter, hvis han i dag skulle lancere et nye medie med bred appel, offline eller online, svarer han: "Jeg ville ikke lave noget som helst på papir. Jeg ville fokusere på tablets" (kilde: Magasinet Scenario, Institut for Fremtids Forskning 2010).

Den mest opsigtsvækkende indikator på e-bøgernes fremmarch er nok stadig de helt konkrete salgstal fra USA. Som nævnt i forordet blev der i tredje kvartal 2010 solgt e-bøger for ca. 120.000.000 dollars, hvilket næsten er en seksdobling på to år! Lift off!

Og sådan kan man blive ved.

Hvis jeg skal trække udviklingens konsekvenser op i en enkelt sætning, vil jeg tilslutte mig formanden for den amerikanske forening af uafhængige boghandlere (ABA) Michael Tucker, som ved den tidligere nævnte konference om fremtidens boghandel i Göteborg i september 2010 udtalte: "Det, der sker nu i bogbranchen, er en større omvæltning end den, vi var vidne til i San Francisco ved jordskælvet i 1906!"

Med andre ord: Det er ganske enkelt hele "setup'et" omkring det at udgive, sælge og markedsføre bøger, som er under drastisk og hastig forandring. Det er det største skælv i bogbranchen i flere hundrede år. Utroligt mange muligheder åbner sig for entreprenante forfattere, som kan overtage styringen, rettighederne og indtjeningen fra forlag, trykkerier, distributører og boghandlere!

---

## Bekymringer

Et er, at forfattere nu kan blive i stand til at oprette enkeltmandsforlag og selv styre hele bogprocessen uden om etablerede forlag, distributører og boghandlere. Noget andet er imidlertid, om det "koster" noget på andre fronter, fx på kvaliteten og salgbarheden af bøgerne. Hvis jeg et øjeblik skal være lidt selvkritisk i forhold til mine egne anbefalinger, kan jeg have en række bekymringer, som du som Forfatter A/S bør være opmærksom på (ikke fordi det er mine bekymringer, men for at du ikke kommer til at skyde

dig selv i foden).

## Bekymring nr. 1

*For mange selvudgivne bøger bliver ikke gode nok, fordi der ikke er en erfaren forlagsredaktør, som dels vurderer, om manuskriptet overhovedet bør udgives, dels kan forbedre tekstens disposition, sprog etc. Det er simpelthen for nemt at udgive "hvad som helst", og det meste bliver ikke godt nok.*

Ja, det er en reel risiko og sikkert allerede virkelighed i et eller andet omfang. I den "gamle verden" sikrede de etablerede forlags dygtige redaktører, at trykte bøger (oftest) havde et rimeligt, og nogle gange fremragende, kvalitetsniveau – både indholdsmæssigt, sprogligt, og hvad illustrationer og layout angår. Der er ingen tvivl om, at når alle i dag kan udgive alt i digital form, bliver kvaliteten samlet set mere blandet.

Produktet skal være i orden. Hvis du blot flikker en tekst hurtigt sammen og sætter en smart titel på, kan det godt være at du kan sælge rimeligt, hvis du har ramt et relevant emne og kan skrive gode salgstekster på hjemmesiden. Men læserne vil blive skuffede, du får badwill, og din karriere som forfatter bliver kort. Bestsellere er oftest dem, der virkelig giver deres læsere "value for money" i form af underholdning, en god læseoplevelse og/eller meget nyttige informationer.

For at sikre bogens kvalitet kan du overveje at få ekstern assistance til udvalgte opgaver undervejs (mere om det senere).

## Bekymring nr. 2

*Boghandlere vil være forbeholdne over for at købe bøger hjem fra ikke-etablerede forlag (på grund af bekymring for lav kvalitet, jf. ovenstående). Og slutkunder vil være forbeholdne i forhold til at købe bøgerne af samme årsag.*

Det tror jeg ikke. Måske vil boghandlerne være forbeholdne, men til gengæld er det nok ikke længere så vigtigt, om din trykte bog står på hylderne hos boghandlerne. For nogle år siden var det typiske købsscenario, at en kunde købte en bog, der var taget ned fra hylden hos en offline-boghandler. I den situation var det vigtigt for boghandlerne at have en vis sikkerhed for, at de bøger, de bestilte hjem, havde et vist niveau, og det sikrede de etablerede forlag (samt boghandleren selv via prøvelæsning af gratis læseeksemplarer fra forlagene). For køberen gav både boghandleren og forlaget en vis tryghed før købet.

I dag købes bøger ofte på en helt anden måde. For det første købes mange bøger via store hjemmesider, som nemt kan fremvise "alt" (digitale hylder er i princippet uendeligt lange). Amazon.com (og andre) vurderer ikke bøgernes kvalitet, inden de sættes til salg (bortset fra en vis blacklistning af direkte anstødelige bøger). Dermed er "boghandlernes betænkeligheder" afvist, for også de dårlige bøger kommer på de digitale hylder.

Og bogkøberne tjekker en bogs kvalitet på mange forskellige metoder, bl.a. ved selv at kunne læse fyldige uddrag af bogen online (fx på Google

Books og Smashwords.com) og dermed selv danne sig et indtryk samt ved at læse andre brugeres anmeldelser af bogen direkte i onlineshoppen eller på diverse onlinefora.

På den måde kan man sige, at definitionen af begrebet "kvalitet" demokratiseres, eftersom "filtrene" (redaktøren og den kritiske boghandler) er væk. Forfatteren bestemmer selv, om bogen skal på markedet, og – i en vis udstrækning – vil det være markedet, der "bestemmer", om bogen bliver en succes (forudsat at "markedet" opdager bogen via PR og markedsføring).

### Bekymring nr. 3

*Etablerede medier vil være forbeholdne over for at skrive anmeldelser, og dermed mistes en væsentlig eksponeringsværdi.*

Måske. Det er i hvert fald en bekymring, der er vanskelig at tilbagevise. Det er klart, at selvudgivne bøger mangler den umiddelbare blåstempling, der ligger i at være udgivet på et velrenommeret forlag. Men hvis man gør sig umage og sørger for, at bogens "udstyr" (omslag, layout, evt. trykkvalitet) ser professionelt ud, OG naturligvis udgiver en bog med en vis tyngde og nyhedsværdi, skal medier nok omtale den. Originalitet og kvalitet skal nok brænde igennem, hvis man ellers gør sit PR-arbejde godt nok.

Desuden har nettet i de senere år som nævnt udviklet sig i retning af mange sociale funktioner, hvor brugere i stor stil skriver anmeldelser og "ratings" af film, musik, forbrugerelektronik, bøger etc. I mange

tilfælde vil brugerne derfor basere deres købsvurderinger på anbefalinger fra andre brugere frem for de mere autoritative anmeldere i kendte medier, selvom man stadig ikke skal underkende værdien af en god og stor omtale af ens bog i et landsdækkende medie.

#### Bekymring nr. 4

*"Kynisk" fokus på "kommercielle" manuskripter medfører bøger, der ikke er tilstrækkeligt gennemarbejdede.*

Ja, også en reel risiko. Det kræver selvdisciplin at producere kvalitet "alene". Men så er det desuden også tilladt at overveje, hvad der i det hele taget er "kvalitet" i forhold til målgruppen. Som nævnt må der naturligvis ikke være faktuelle fejl eller væsentlige mangler i det, du laver, og layout, omslag og evt. trykkvalitet skal også være på et vist niveau. Andre kvalitetsaspekter kan nemmere diskuteres, fx spørgsmålet om, hvor grundig en bog skal være (i betydningen: På hvor mange sider og hvor bredt og dybt skal man egentlig omkring emnet?). Her er det jo langt fra sikkert, at 300 sider altid er "bedre kvalitet" end 100 sider. Det afhænger helt af målgruppen og formålet med bogen.

#### Summa summarum

Gode bøger vil også fremover kunne blive succesfulde, selvom den enkelte forfatter selv udgiver dem, men der er nok heller ingen tvivl om, at omfanget af bøger, der ikke burde have været udgivet, vil vokse.

Men som nævnt er hverken e-bøger eller selvudgivelse genveje til succes for dårlige bøger. Allerførste forudsætning for succes er derfor, at du kan fremstille et godt manuskript. Ellers kan resten sådan set være lige meget.

---

## Jordskred

For mig at se er der ingen tvivl om, at den grund, som bogbranchen hviler på, skrider kraftigt i disse år. Traditionelle metoder udfordres af den digitale udvikling. Vi er midt i en revolution, hvor alting "eksploderer" i mange retninger, og hvor der endnu ikke har tegnet sig en enkelt, entydig retning for digitale bøger. Alting synes at være i konstant forandring, og store spillere kæmper om formater på e-bøger, typer af e-bogslæsere og nye forretningsmodeller.

Jeg tror ikke, at e-bøger komplet vil afløse trykte bøger, men at forfattere i vid udstrækning vil afløse forlag som dem, der producerer bøger. E-bøger og print on demand er i den forbindelse blot nogle af de mange nye muligheder, som er til rådighed for forfattere, via internettet m.v.

Som det ses, er salget af e-bøger i kraftig stigning i USA, og fænomenet er uden tvivl kommet for at blive – og for at blive videreudviklet i årene fremover. Så e-bøger vil sandsynligvis i et vist omfang kannibalisere på markedet for trykte bøger. Som Forfatter A/S er fordelingen af salg mellem e-bøger og

trykte bøger ikke afgørende, eftersom det vil være muligt at levere begge dele til markedet. Det afgørende er, at nye forretningsmodeller nu er mulige for forfattere.

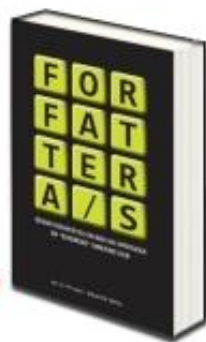
[Slut på kapitel 2...]

*[Videresend gerne dette gratis kapitel]*

"Forfatter A/S":

**Sådan udgiver  
du en bog og  
opbygger en  
business omkring  
den**

*"Simpelthen guld værd..."  
"Superb pligtlæsning..."*



Læs mere  
og køb bogen ...

**KLIK HER!**

**Forfatter-as.dk**

# INDHOLD i "Forfatter A/S":

- 00 INTRO** [7]  
Stort potentiale | Ingen "gratis omgang" | Om bogen |  
Om mig

---

## DEL 1 : BAGGRUND

- 01 DEN GAMLE VERDEN** [23]  
Den traditionelle metode | Den klassiske økonomiske  
model
- 02 "UDVIKLINGEN"...?** [35]  
Internettet | e-bøger | E-mails | Print on demand |  
Konsekvenser | Bekymringer | Jordskred

---

## DEL 2 : UDGIV EN BOG

- 03 INDEN DU SKRIVER** [67]  
Overblik | Den lange version | Dine rettigheder | Bogens  
idé | Bogkalkule | Eget forlag | Eget firma | Skattnummer i  
USA | Ekstern hjælp
- 04 MENS DU SKRIVER** [97]  
Tænk kommercielt | Bogens kvalitet | Fotos og illustratio-  
ner | Skrivetips

- 05 KLARGØRING TIL SALG [105]**  
Oversættelse | Forhåndsansmeldelser | Ekstremt forord | Piratkopiering | Format | Omslag | En delvis udgave | Biblioteksudlån | Fagboginfo | Pligteksemplær | Copydan
- 06 SALG AF E-BOG [119]**  
Publiceringshjemmesider | Selvsalg
- 07 SALG AF TRYKT BOG [151]**  
Salg via andres hjemmesider | Salg via egen hjemmeside | Salg via offline-boghandlere | Personligt salg og uddeling
- 08 HJEMMESIDE [169]**  
Hjemmeside, sådan! | Flere muligheder | Specialkodet | Shopløsning
- 09 SYNLIGGØR BOGEN [177]**  
Målgruppen | Før udgivelsen | Efter udgivelsen | Øvrige initiativer | Bliv ved og ved

---

## DEL 3 : BYG DIN BUSINESS

---

- 10 FRA BOG TIL BUSINESS [209]**  
Centrale forhold | Produktsortiment | Begynd med en bog | Udvid forretningen | Saml det hele | Hvad gør andre? | At drive et firma
- 11 FORRETNINGSKONCEPT [245]**  
Hvad kan du tilbyde? | Til hvem, hvornår og hvorfor? | Hvordan? | Indtjeningspotentiale | Hvad kræver det af dig? | Mersalg | Begrænsninger? | Positionering? | Styrker og svagheder? | Eksempel | Dream it, dare it, do it!

---

## BILAG

NYTTIGE LINKS	[261]
KØREPLANER/TJEKLISTER	[263]

Publiceret af Kreaktor Media 2011  
Copyright © 2011 by Jan B. Felland  
All rights reserved

Omslag: Christina Daugaard  
Printed by Scandinavian Book

ISBN 978-87-994230-2-6 (Paperback)  
ISBN 978-87-994230-1-9 (PDF e-bog)

Kopiering fra denne bog må kun finde sted på institutioner eller virksomheder, der har indgået aftale med Copydan, og kun inden for de rammer, der er nævnt i aftalen.

---

## Om forfatteren:

Jan Felland (1965) er arkitekt, forfatter og p.t. ansat som projektchef i Bolius Boligejernes Videncenter A/S. Jan Felland har tidligere skrevet bøgerne

- Den private bygherre, sådan styrer du din byggesag!
- Huskøb, sådan!
- Køb lejlighed, sådan!
- Skaberens signatur (også udkommet på engelsk under titlen "Are there scientific traces of God? A

---

FORFATTER A/S

Af J. Felland ©, [www.FORFATTER-AS.dk](http://www.FORFATTER-AS.dk)

sceptic's investigation").

– Forfatter A/S

Skriv til Jan Felland:

E-mail: [post@forfatter-as.dk](mailto:post@forfatter-as.dk)

Web: [www.forfatter-as.dk](http://www.forfatter-as.dk) og <http://www.felland.dk>

LinkedIn: [Jan Fellands profil](#)