



# Markaðsgreining á bókamarkaði

Rit nr. 5/2021





## Efnisyfirlit

<b>I.</b>	<b>Samantekt.....</b>	<b>4</b>
1.	Fyrri umfjöllun Samkeppniseftirlitsins um bókamarkaðinn.....	6
1.1.	Ákvörðun nr. 8/2008: Samruni JPV útgáfu ehf. og Vegamóta ehf. ....	6
1.2.	Ákvörðun nr. 44/2009: Lok síðara sölutímabils vegna sölu á útgáfuréttindum og birgðum bóka.....	7
1.3.	Brot Forlagsins á skilyrðum ákvörðunar nr. 8/2008.....	7
1.4.	Ákvörðun nr. 47/2017: Beiðni Forlagsins ehf. um endurupptöku ákvörðunar Samkeppniseftirlitsins nr. 8/2008 um samruna JPV útgáfu ehf. og Vegamóta ehf.....	7
1.5.	Ákvörðun til bráðabirgða nr. 1/2020: Sennileg misnotkun Pennans ehf. á markaðsráðandi stöðu.....	8
1.6.	Fyrirhuguð kaup Storytel á 70% hlut í Forlaginu.....	9
2.	Skilgreining markaða.....	10
2.1.	Eldri úrlausnir samkeppnisyfirvalda og dómstóla um bókamarkaði .....	10
2.2.	Bækur á íslensku mynda sérstakan markað.....	13
2.3.	Mörkuðum fyrir bækur má skipta upp eftir formi bóka, sbr. könnun Samkeppniseftirlitsins meðal neytenda.....	14
2.4.	Vörumarkaðir.....	22
2.5.	Landfræðilegur markaður er Ísland .....	23
3.	Markaðshlutdeild.....	23
3.1.	Hlutdeild í smásölu og útgáfu og heildsölu bóka á íslensku, óháð útgáfuformi .....	24
3.2.	Markaðir fyrir útgáfu og heildsölu bóka á íslensku .....	25
3.3.	Markaðir fyrir smásölu bóka á íslensku .....	27
4.	Samþjöppun.....	28
5.	Breidd í vöruúrvali á markaði fyrir útgáfu bóka á íslensku.....	30
6.	Aðgangshindranir .....	34
<b>II.</b>	<b>Víðauki, skýrsla Zenter um niðurstöður neytendakönnunar um bækur .....</b>	<b>37</b>



#### *Fyrirvari*

*Greining þessi lýsir mörkuðum fyrir bækur eins og þeir blöstu við í rannsókn Samkeppniseftirlitsins á fyrirhuguðum kaupum Storytel AB á hlut í Forlaginu ehf. á þeim tíma sem hún var framkvæmd. Getur hún sem slík verið til leiðbeiningar og upplýsingar fyrir þá sem starfa á markaðnum eða eiga viðskipti tengd honum. Hafa ber þó í huga að Samkeppniseftirlitinu ber að taka afstöðu til markaða í hverju máli fyrir sig.*



## I. Samantekt

1. Greining þessi er birt til upplýsingar fyrir aðila sem starfa á mörkuðum fyrir bækur og aðra áhugasama. Í ritinu er fjallað um markaði fyrir útgáfu og heildsölu bóka annars vegar og markaði fyrir smásölu bóka hins vegar. Einungis er fjallað um bækur á íslensku, sem rök eru fyrir að myndi sérstakan markað líkt og fjallað er um í kafla 2.2.
2. Greiningin er að mestu leyti unnin á grunni rannsóknar sem Samkeppniseftirlitið framkvæmdi á mörkuðum fyrir bækur á íslensku á seinni hluta ársins 2020 í tengslum við fyrirhuguð kaup Storytel AB (hér eftir „Storytel“) á Forlaginu ehf. (hér eftir „Forlagið“). Byggir greiningin á tölulegum gögnum, umsögnum hagaðila, könnun sem framkvæmd var á meðal neytenda í október 2020 og öðrum gögnum sem Samkeppniseftirlitið aflaði við rannsókn málsins. Ekki kom til þess að Samkeppniseftirlitið þyrfti að taka endanlega afstöðu til samrunans þar sem samrunaaðilar drógu samrunatilkynninguna til baka í kjölfar frummats Samkeppniseftirlitsins á samkeppnislegum áhrifum samrunans.<sup>1</sup>
3. Kafli 1 inniheldur reifun á helstu ákvörðunum Samkeppniseftirlitsins sem snúa að mörkuðum fyrir bækur, bæði útgáfu- og heildsölumarkað sem og smásölumarkað.
4. Ein af spurningunum sem Samkeppniseftirlitið leitaðist við að svara við rannsókn samrunamálsins var hversu mikil staðganga væri til staðar á milli ólíkra forma bóka en í fyrri málum hafa ekki verið skilgreindir sérstakir markaðir fyrir prentaðar bækur, hljóðbækur og rafbækur. Í því skyni lét Samkeppniseftirlitið framkvæma könnun á meðal neytenda sem fjallað er ítarlega um í kafla 2.3. Niðurstöður könnunarinnar bentu til þess að skipta mætti mörkuðum fyrir bækur upp eftir formi þeirra, og a.m.k. hljóðbækur og prentaðar bækur geti myndað sérstaka markaði. Þannig bentu niðurstöður könnunarinnar til þess að hljóðbækur séu almennt keyptar í öðrum tilgangi heldur en prentaðar bækur, ólík form bóka séu lesin (hlustað á) við mismunandi aðstæður og að takmörkuð eftirspurnarstaðganga sé á milli þeirra.
5. Í kafla 2 er einnig farið yfir aðra þætti sem máli skipta við skilgreiningu markaða fyrir bækur, og fordæmi rakin, bæði fyrri framkvæmd Samkeppniseftirlitsins sem og erlendra samkeppnisyrivalda. Að mati Samkeppniseftirlitsins skiptast vörumarkaðir fyrir bækur í útgáfu- og heildsölumarkað annars vegar og smásölumarkað hins vegar. Báðum mörkuðum má skipta upp eftir formi bóka, þ.e. hvort um sé að ræða prentaðar bækur, hljóðbækur eða rafbækur. Jafnframt er það mat Samkeppniseftirlitsins að skipta megi mörkuðum fyrir bækur upp eftir tungumáli, og því myndi bækur á íslensku sérstakan markað.
6. Hvað landfræðilega markaði varðar telur Samkeppniseftirlitið að landfræðilegur markaður fyrir útgáfu og heildsölu bóka sé landið allt, Ísland, en að tilefni geti verið til þess að afmarka landfræðilegan markað fyrir smásölu ákveðinna forma bóka þrengra. Í þessari skýrslu verður þó fyrst og fremst miðað við landfræðilegan markað fyrir smásölu bóka sem landið allt.
7. Í kafla 3 er fjallað um markaðshlutdeild þeirra sem starfa á mörkuðum fyrir bækur, og í kafla 4 er samþjöppun metin á grunni hlutdeildarupplýsinganna. Þar sem vægi hljóðbóka og rafbóka er enn sem komið er ekki mikið í samanburði við prentaðar bækur, er hlutdeild á mörkuðum fyrir prentaðar bækur nokkuð álík samanlagðri hlutdeild aðila á mörkuðum fyrir bækur, án frekari

---

<sup>1</sup> Sjá nánar í frétt á heimasíðu Samkeppniseftirlitsins frá 21. desember 2020, *Storytel AB dregur til baka samrunatilkynningu vegna kaupa félagsins á 70% hlut í Forlaginu*. <https://www.samkeppni.is/utgafa/frettir/storytel-ab-dregur-til-baka-samrunatilkynningu-vegna-kaupa-felagsins-a-70-hlut-i-forlaginu>



sundurgreiningar. Markaðir fyrir hljóðbækur og rafbækur eru þó í töluverðum vexti, t.a.m. jókst velta á markaði fyrir smásölu hljóðbóka um tæplega 200% á milli árána 2018 og 2019.

8. Á útgáfumörkuðum fyrir bækur er Forlagið í sterkri stöðu, með um [35-40]% hlutdeild hvort sem horft er á heildarmarkað fyrir útgáfu bóka, eða einungis markaðinn fyrir prentaðar bækur. Aðrir aðilar á markaðnum eru töluvert minni, t.a.m. er Forlagið þrefalt stærri en næsti keppinautur á eftir, Bjartur-Veröld, á markaði fyrir útgáfu prentaðra bóka. Samþjöppun á markaðnum er um 1.600-2.000 stig á HHI kvarða.<sup>2</sup>
9. Á markaði fyrir útgáfu hljóðbóka er umtalsvert meiri samþjöppun, tæplega 7.000 stig á HHI kvarða. Það helgast helst af því að eitt fyrirtæki, Storyside (sem er útgáfuarmur Storytel), er með áberandi sterkasta stöðu á markaðnum eða [80-85]% markaðshlutdeild. Storytel er síðan með enn sterkari stöðu á markaði fyrir smásölu hljóðbóka eða [95-100]% hlutdeild. Leiðir það til þess að samþjöppun á þeim markaði er mjög nærri hámarksgildi sem HHI stuðullinn getur orðið, 9.052 stig af 10.000 mögulegum.
10. Á markaði fyrir smásölu prentaðra bóka er Penninn ehf. (hér eftir „Penninn“) sterkasti aðillinn með [50-55]% hlutdeild. Einkennist markaðurinn af mikilli samþjöppun en gildi HHI stuðulsins er um 3.000. Hér er litið vítt á markaðinn, meðtalin er velta bókaverslana, stórmarkaða, íslenskra netverslana og eigin smásala bókaútfenda. Jafnframt er hér horft á landfræðilega markaðinn sem landið allt. Að mati Samkeppniseftirlitsins gæti komið til álita að aðgreina markaði fyrir smásölu bóka eftir sölutímabilum, þar sem sumir aðilar sem selja bækur gera það að mestu leyti eða einungis í aðdraganda jóla. Því gæti hlutdeild Pennans verið vanmetin. Ef smásölumarkaðir fyrir bækur eru skoðaðir án aðgreiningar eftir formi bóka er Penninn með hæsta hlutdeild á markaðnum, [40-45]%. Þá er samþjöppun töluverð en gildi HHI stuðulsins er 2.300 stig.
11. Í kafla 5 er er greining Samkeppniseftirlitsins á framboðnum titlum bókaútfenda og breidd aðila á markaðnum í vöruúrvali, en Forlagið er með töluvert meiri breidd í vöruúrvali en aðrir bókaútfendur, sem eru mun sérhæfðari í sínu vöruframboði.
12. Loks er í kafla 6 fjallað um aðgangshindranir að mörkuðum fyrir útgáfu og smásölu bóka en Samkeppniseftirlitið telur vera hindranir inn á markaðinn. Byggir það mat m.a. á því að frá þeim tíma er Forlagið varð til í núverandi mynd (2008) hefur enginn bókaútfendi náð að ógna stöðu fyrirtækisins hvað hlutdeild varðar. Þrátt fyrir að á hverju ári komi inn nýir útfendur sem nái jafnvel talsverðri sölu á einstökum titlum hefur hins vegar ekkert fyrirtæki haslað sér völl á þann hátt að það geti veitt stærri útfendum á borð við Forlagið raunverulegt samkeppnislegt aðhald til lengri tíma.
13. Í viðauka við skýrsluna má finna skýrslu könnunarfyrirtækisins Zenter um neytendakönnunina sem fjallað er um í kafla 2.3.

---

<sup>2</sup> Til að meta samþjöppun á einstökum mörkuðum og hættu á samkeppnishömlum styðjast samkeppnisyfirvöld oft við mælikvarða sem nefnist Herfindahl-Hirschman Index (HHI). Nánar er gerð grein fyrir stuðlinum og þýðingu hans í kafla 4 hér á eftir.



## 1. Fyrri umfjöllun Samkeppniseftirlitsins um bókamarkaðinn

14. Samkeppniseftirlitið hefur fjallað áður um markaði fyrir bækur, bæði markað fyrir útgáfu bóka og smásölu bóka.

### 1.1. Ákvörðun nr. 8/2008: Samruni JPV útgáfu ehf. og Vegamóta ehf.

15. Með ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 8/2008 *Samruni JPV útgáfu ehf. og Vegamóta ehf.* (hér eftir nefnd „ákvörðun nr. 8/2008“) var samruni umræddra fyrirtækja heimilaður með skilyrðum, en hið sameinaða fyrirtæki varð í kjölfar samrunans að Forlaginu ehf., sem er í dag stærsti bókaútgefandi á Íslandi.
16. Niðurstaða Samkeppniseftirlitsins í málinu var sú að markaður málsins væri útgáfa og sala bókaforlaga á bókum sem almennt væru boðnar neytendum til sölu á markaði, s.s. í bókabúðum, bókamörkuðum, stórmörkuðum, söluturnum og öðrum verslunum og sölustöðum. Til markaðarins töldust einnig þær bækur sem féllu að framangreindri skilgreiningu og gefnar voru út hér á landi fyrir íslenskan markað og seldar í gegnum netverslanir, bókaklúbba eða aðrar áskriftarleiðir. Þetta taldi eftirlitið vera víða skilgreiningu, en tók einnig mið af þrengri skilgreiningu, þar sem miðað var við sölu bókaforlaga til bókaverslana og annarra verslana sem seldu bækur til almennra kaupenda bóka. Landfræðilegur markaður málsins var landið allt, Ísland.
17. Að mati Samkeppniseftirlitsins var staða samrunaaðila afar sterk á mörkuðum málsins og að hið sameinaða fyrirtæki myndi njóta markaðsráðandi stöðu á markaði málsins eftir samruna. Markaðshlutdeild samrunaaðila miðað við víða skilgreiningu markaðarins var um [55-60]%. Ef miðað væri við þrengri skilgreiningu, þ.e. sölu bókaforlaga til verslana eingöngu, var hlutdeild samrunaaðila ívið meiri.
18. Fleiri þættir stuðluðu að sterkri stöðu hins sameinaða fyrirtækis að mati Samkeppniseftirlitsins. Öflugur baklisti (útgáfuréttindi og birgðir af bókum) í eigu samrunaaðila mynduðu að vissu marki aðgangshindrun að markaðnum, og samrunaaðilar höfðu jafnframt sterka stöðu gagnvart rithöfundum og öðru fagfólki tengdu bókaútgáfu þar sem samrunaaðilar höfðu á undanliðnum árum gefið út afar drjúgan hluta þeirra bóka sem mestrar viðurkenningar nutu, s.s. þeirra bóka sem höfðu hlotið Íslensku bókmenntaverðlaunin eða tilnefningar til þeirra. Einnig var það niðurstaða Samkeppniseftirlitsins að samrunaaðilar höfðu styrkari stöðu en keppinautar í samskiptum við smásala, og að staða smærri smásala sér í lagi væri veik.
19. Viðræðum Samkeppniseftirlitsins og samrunaaðila, í kjölfar þess að stofnunin hafði lýst því með útgáfu andmælaskjals að samruninn myndi skaða samkeppni, lauk með því að undirrituð var sátt á milli aðila. Í henni fólst að samrunaaðilar undirgengust tiltekin skilyrði sem hið sameinaða fyrirtæki skyldi starfa eftir sem gerðu það að verkum að ekki þyrfti að ógilda samrunann. Sáttin fólst m.a. í því að hið sameinaða fyrirtæki, Forlagið, myndi selja frá sér tiltekin útgáfuréttindi, þ.e. réttindi til þess að gefa út bækur og ritsöfn, ásamt birgðum af viðkomandi bókum og ritsöfnum í því skyni að draga úr markaðsstyrk samrunaaðila gagnvart keppinautum. Einnig voru skilyrði um að Forlagið myndi einungis semja um útgáfuréttindi á einum bókartitli í einu við gerð útgáfusamninga við höfunda, félaginu yrði óheimilt að hafa nokkur afskipti af smásöluverði bóka, og að óheimilt væri að veita endurseljendum órökstudda afslætti frá heildsöluverði bóka, gera einkakaupasamninga, beita hvers kyns samtvinnun eða mismuna endurseljendum bóka í hvers kyns kynningar- og markaðsstarfi.



## **1.2. Ákvörðun nr. 44/2009: Lok síðara sölutímabils vegna sölu á útgáfuréttindum og birgðum bóka**

20. Meðal skilyrða sem Forlagið gekkst undir með ákvörðun nr. 8/2008 var að fyrirtækið skyldi selja frá sér tiltekin útgáfuréttindi, þ.e. réttindi til að gefa út tilteknar bækur og ritsöfn, ásamt birgðum af þessum bókum og ritsöfnum, í því skyni að draga úr markaðsstyrk samrunaaðila gagnvart keppinautum og vinna gegn skaðlegum áhrifum samrunans.
21. Í kjölfar ákvörðunarinnar var skipaður tilsjónarmaður til þess að hafa eftirlit með söluferli fyrrgreindra útgáfuréttinda og var söluferlinu jafnframt sett ákveðin tímamörk. Forsendur sem Samkeppniseftirlitið hafði stuðst við í aðdraganda ákvörðunarinnar og lágu að baki skilyrðum tengdum sölu tiltekinna útgáfuréttinda breyttust og ekki náðist tilætlaður árangur með söluferlinu. Í ljósi breyttra aðstæðna var því ákveðið að framlengja ekki söluferlið og hélt Forlagið útgáfuréttindum sínum, sbr. ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 44/2009, *Lok síðara sölutímabils vegna sölu á útgáfuréttindum og birgðum bóka sem kveðið er á um í ákvörðun nr. 8/2008, Samruni JPV útgáfu ehf. og Vegamóta ehf.*

## **1.3. Brot Forlagsins á skilyrðum ákvörðunar nr. 8/2008**

22. Í nóvember 2009 barst Samkeppniseftirlitinu erindi frá bókaútgáfunni Bjarti og Veröld ehf. þar sem kvartað var yfir hegðun Forlagsins og því m.a. haldið fram að fyrirtækið hefði brotið tiltekin skilyrði sem sett höfðu verið í ákvörðun nr. 8/2008. Samkeppniseftirlitið tók málið til skoðunar og lauk því í júlí 2011 með ákvörðun nr. 24/2011, *Brot Forlagsins ehf. á ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 8/2008 Samruni JPV útgáfu ehf. og Vegamóta ehf.* Var í ákvörðuninni komist að þeirri niðurstöðu að Forlagið hefði brotið skilyrði 14. og 15. gr. ákvörðunarorða ákvörðunar nr. 8/2008 með tilteknum aðgerðum sem nánar eru tilgreindar í ákvörðuninni. Var Forlaginu gert að greiða stjórnvaldssekt vegna brotsins að fjárhæð 25 milljónir kr. Var ákvörðunin staðfest með úrskurði áfrýjunarnefndar samkeppnismála í máli nr. 5/2011. Forlagið höfðaði í kjölfarið dómsmál þar sem fyrirtækið krafðist þess að úrskurður áfrýjunarnefndarinnar yrði fellur úr gildi. Með dómi Hæstaréttar Íslands í máli nr. 28/2015 frá 10. september 2015 var staðfest að Forlagið hefði brotið gegn banni við birtingu leiðbeinandi endursöluverðs til smásala og fyrirtækinu gert að greiða 20 milljón kr. sekt í ríkissjóð af þeim sökum.

## **1.4. Ákvörðun nr. 47/2017: Beiðni Forlagsins ehf. um endurupptöku ákvörðunar Samkeppniseftirlitsins nr. 8/2008 um samruna JPV útgáfu ehf. og Vegamóta ehf.**

23. Árið 2010 óskaði Forlagið fyrst eftir endurupptöku á skilyrðum í ákvörðun nr. 8/2008 og að fá þau felld niður. Eftir athugun var það mat Samkeppniseftirlitsins að aðstæður á markaðnum hefðu ekki breyst þannig að ástæða væri til að breyta skilyrðum ákvörðunarinnar. Var þetta mat kynnt Forlaginu í febrúar 2014 og svo aftur eftir frekari skoðun í maí 2015.
24. Í kjölfar frekari óska Forlagsins um að skilyrðin yrðu endurskoðuð og felld niður ákvað Samkeppniseftirlitið um mitt ár 2016 að taka bókamarkaðinn til ítarlegrar skoðunar að nýju og meta hvort forsendur hefðu breyst.
25. Þann 21. desember 2017 tók Samkeppniseftirlitið ákvörðun nr. 47/2017 Beiðni Forlagsins ehf. um endurupptöku ákvörðunar Samkeppniseftirlitsins nr. 8/2008 um samruna JPV útgáfu ehf. og Vegamóta ehf. í málinu (hér eftir nefnd ákvörðun nr. 47/2017).



26. Niðurstöður málsins leiddu það í ljós að aðstæður á markaði fyrir útgáfu bóka hefðu ekki breyst að því marki að til greina kæmi að fella niður skilyrði ákvörðunarinnar. Ekki var talin ástæða til að endurskoða eða leggja til grundvallar aðra skilgreiningu á markaðnum en byggt hafði verið á í ákvörðun nr. 8/2008. Þrátt fyrir að þróunin hefði verið í þá átt að bækur sem gefnar væru út á prentuðu formi séu, að einhverju marki, jafnhliða eða síðar, einnig gefnar út sem raf- og hljóðbækur var umfang slíkrar útgáfu ekki talið vera það mikið að það hefði teljandi áhrif. Hins vegar var það talið að vísbendingar væru um það að útgáfa raf- og hljóðbóka tilheyrði öðrum mörkuðum en útgáfa prentaðra bóka.
27. Staða Forlagsins á markaðnum var ekki talin hafa breyst í grundvallaratriðum frá 2008 og var það mat eftirlitsins að félagið væri enn í markaðsráðandi stöðu. Markaðshlutdeild Forlagsins var um [45-50]% og há í samanburði við aðra keppinauta og breidd þess væri mun meiri en hjá öðrum bókaforlögum sem sérhæfðu sig frekar í ákveðnum flokkum bóka. Enn fremur var það niðurstaða Samkeppniseftirlitsins að aðgangshindranir væru að markaðnum sem styrkti stöðu Forlagsins.
28. Við rannsóknina framkvæmdi Samkeppniseftirlitið könnun á meðal keppinauta Forlagsins sem leiddi það í ljós að þeir teldu að skilyrðin hafi gert sitt til að stuðla að aukinni samkeppni og að ekki væru forsendur til að fella þau úr gildi að hluta til eða öllu leyti. Jafnframt var það niðurstaða eftirlitsins að Forlagið hefði aldrei við meðferð málsins sett fram skýr rök fyrir því hvernig hvert og eitt skilyrðanna setti fyrirtækinu skorður, hvernig starfsemi fyrirtækisins myndi breytast við niðurfellingu þeirra og hver áhrifin yrðu af því fyrir fyrirtækið og aðra.
29. Niðurstaða rannsóknar Samkeppniseftirlitsins var því sú að aðstæður á skilgreindum markaði hefðu ekki breyst verulega þannig að ástæða hafi verið til að endurskoða skilyrði ákvörðunar nr. 8/2008, og skilyrðin hafa staðið óbreytt síðan.
30. Forlagið skaut ákvörðun nr. 47/2017 til áfrýjunarnefndar samkeppnismála sem staðfesti hana með úrskurði sínum í máli nr. 1/2018.

### **1.5. Ákvörðun til bráðabirgða nr. 1/2020: Sennileg misnotkun Pennans ehf. á markaðsráðandi stöðu**

31. Markaður fyrir smásölu bóka kom til skoðunar Samkeppniseftirlitsins í kjölfar erindis sem barst frá Uglu útgáfu ehf. (hér eftir „Ugla“) í maí 2020. Í erindinu var kvartað yfir því að Penninn hefði ákveðið að taka allar nýjar og nýlegar bækur Uglu úr sölu í verslunum Pennans ef þær væru jafnframt til sölu sem hljóðbækur hjá streymisveitunni Storytel Iceland. Í júlí 2020 tók Samkeppniseftirlitið ákvörðun til bráðabirgða í málinu nr. 1/2020, *Sennileg misnotkun Pennans á markaðsráðandi stöðu* (hér eftir ákvörðun til bráðabirgða nr. 1/2020). Mat eftirlitið það svo að sennilegt væri að sölusynjun Pennans á bókartitlum Uglu bryti í bága við ákvæði 11. gr. samkeppnislaga, og að nauðsynlegt væri að grípa inn þegar í stað, þar sem bið eftir endanlegri ákvörðun gæti leitt til röskunar á samkeppni.
32. Frummat Samkeppniseftirlitsins var að sennilegt væri að Penninn sé í markaðsráðandi stöðu í skilningi samkeppnislaga á smásölumarkaði bóka, bæði á höfuðborgarsvæðinu og á öllu landinu. Í ljósi þeirrar stöðu var það mat Samkeppniseftirlitsins að aðgengi að verslunum fyrirtækisins væri forsenda þess að bókaútgefendur líkt og Ugla gætu starfað með eðlilegum hætti, og því taldi Samkeppniseftirlitið að Penninn hefði sennilega brotið gegn ákvæði 11. gr. samkeppnislaga með því að endursenda bækur Uglu án málefnalegra ástæðna. Í háttseminni hafi falist ólögmet sölusynjun í skilningi 11. gr. samkeppnislaga.





33. Í skilyrðum ákvörðunarinnar fólst að Penninn skyldi taka bækur Uglu til sölu í verslunum sínum, nema málefnalegar ástæður lægju fyrir, og að bækur Uglu skyldu jafnframt vera gerðar aðgengilegar bæði í sölukerfum og á vefsíðu Pennans. Ákvarðanir Pennans um að synja bókaútgefendum um viðskipti á grundvelli málefnalegra ástæðna skyldu byggðar á skráðum verklagsreglum sem aðgengilegar skyldu vera a.m.k. þeim útgefendum sem yrðu fyrir synjun, ásamt Samkeppniseftirlitinu.
34. Bráðabirgðaákvörðunin var upprunalega í gildi til 31. desember 2020 en var síðar framlengd til 1. nóvember 2021. Penninn skaut bráðabirgðaákvörðuninni til áfrýjunarnefndar samkeppnismála, sem vísaði henni frá á grunni þess að ekki sé um að ræða endanlega ákvörðun Samkeppniseftirlitsins, og því hafi hún ekki verið áfrýjanleg. Samkeppniseftirlitið vinnur að áframhaldandi rannsókn á háttsemi Pennans og mun endanleg ákvörðun í málinu liggja fyrir þegar henni lýkur.

## 1.6. Fyrirhuguð kaup Storytel á 70% hlut í Forlaginu

35. Þann 20. júlí 2020 barst Samkeppniseftirlitinu samrunatilkynning vegna fyrirhugaðra kaupa Storytel á 70% hlut í Forlaginu. Hófst þá ítarleg rannsókn Samkeppniseftirlitsins á mörkuðum fyrir bækur sem þessi skýrsla byggir á að miklu leyti.
36. Frummat Samkeppniseftirlitsins um samkeppnisleg áhrif samrunans var sett fram í andmælaskjali sem birt var samrunaaðilum þann 27. nóvember 2020. Í því rökstuddi Samkeppniseftirlitið þá frumniðurstöðu sína að samruni Storytel og Forlagsins væri skaðlegur samkeppni, sbr. 17. gr. c samkeppnislaga. Fólust þessi skaðlegu áhrif á samkeppni í:
- **Láréttum áhrifum** þar sem i) markaðsráðandi staða myndi styrkjast eða myndast á mörkuðum fyrir útgáfu hljóð-, raf- og prentaðra bóka á íslensku annars vegar og mörkuðum fyrir smásölu raf- og hljóðbóka hins vegar, ii) Storytel myndi hverfa sem mögulegur keppinautur Forlagsins á markaði fyrir útgáfu og heildsölu prentaðra bóka á íslensku iii) og Forlagið myndi hverfa sem mikilvægur keppinautur Storytel á markaði fyrir smásölu hljóðbóka;
  - **lóðréttum áhrifum** vegna sterkrar stöðu samrunaaðila á mörkuðum fyrir útgáfu bóka annars vegar og smásölu hljóðbóka hins vegar; og
  - **samsteypuáhrifum** t.a.m. vegna möguleika hins sameinaða félags til þess að tvinna saman ólíka vöru- og þjónustuþætti.
37. Þá var það jafnframt frummat Samkeppniseftirlitsins að samrunaaðilar hefðu sýnt fram á hagræðingu vegna samrunans með fullnægjandi hætti og að skaðleg samkeppnisleg áhrif samrunans væru slík að örðugt væri að sjá að möguleg hagræðing vegna samrunans myndi vega þau upp.
38. Samkeppniseftirlitið hefur heimild til þess að heimila samruna sem sýnt hefur að hefði skaðleg áhrif á samkeppni með setningu skilyrða sem ætlað er að koma í veg fyrir að hin skaðlegu áhrif raungerist í kjölfar samrunans. Í slíkum tilfellum hafa samrunaaðilar frumkvæði af því að bjóða fram skilyrði sem þeir telja sig geta starfað eftir, og Samkeppniseftirlitið metur hvort þau dugi til þess að koma í veg fyrir hin skaðlegu áhrif af samrunanum á samkeppni.
39. Samrunaaðilum var fyrst tilkynnt um frummat Samkeppniseftirlitsins um möguleg skaðleg áhrif samrunans á stöðufundi þann 14. október, og lögðu samrunaaðilar fyrst fram mögulegar tillögur að skilyrðum sem hægt yrði að setja samrunanum með bréfi 23. október. Þann 11. desember, í



kjölfar útgáfu andmælaskjalsins, bárust uppfærðar tillögur að mögulegum skilyrðum frá samrunaaðilum.

40. Það var frummat Samkeppniseftirlitsins að framboðin skilyrði hefðu ekki nægt til þess koma í veg fyrir hin skaðlegu áhrif af samrunanum. Samkeppniseftirlitið þurfti ekki að taka endanlega afstöðu til skilyrðanna þar sem samrunaaðilar drógu samrunatilkynninguna til baka undir lok málsferðar, þann 21. desember.<sup>3</sup>

## 2. Skilgreining markaða

41. Við rannsókn á samkeppnislegum áhrifum samruna þarf að afmarka markaði málsins út frá tveimur hliðum, vöru- eða þjónustumarkaði annars vegar og landfræðilegum markaði hins vegar. Því tók Samkeppniseftirlitið skilgreiningu markaða fyrir bækur til skoðunar við rannsókn á fyrirhuguðum kaupum Storytel á hlut í Forlaginu. Verður hér farið yfir helstu niðurstöður úr þeirri greiningu.

### 2.1. Eldri úrlausnir samkeppnisyfirvalda og dómstóla um bókamarkaði

42. Í ákvörðun nr. 47/2017 taldi Samkeppniseftirlitið að ekki væri ástæða í málinu til þess að endurskoða þá skilgreiningu markaðar fyrir útgáfu á bókum fyrir íslenskan markað sem lögð var til grundvallar í ákvörðun nr. 8/2008. Sú niðurstaða var rökstudd með þeim hætti að þróunin undanfarin ár hefði verið sú að raf- og hljóðbækur, sem er annað form á útgáfu en hin prentaða bók sem alla jafna er innbundin eða í kiljuformi, hafi verið að ryðja sér til rúms. Umfang slíkrar útgáfu hafi þó verið lítið enn sem komið væri og sterkar vísbendingar um að þessi útgáfa tilheyrði öðrum mörkuðum og að Forlagið væri með sterka stöðu miðað við önnur bókaforlög í slíkri útgáfu.
43. Í ákvörðuninni var einnig vísað til þess að „framkvæmdastjórn ESB hefur talið að ákveðinn munur sé á útgáfu rafbóka, hljóðbóka og prentaðra bóka. Þessi munur sé það verulegur, m.a. út frá eftirspurn neytenda, að ekki sé ástæða til að líta svo á að þessi útgáfa tilheyrri sama markaði.“ Í því máli taldi Samkeppniseftirlitið að ekki væru forsendur til þess að ætla að önnur sjónarmið ættu við um íslenska markaðinn. Aflað var upplýsinga frá bókaútgefendum um vægi tekna vegna hljóð- og rafbóka árið 2015, en þær voru innan við 1% af heildartekjum þeirra. Tekjur vegna útgáfu hljóð- og rafbóka voru ekki meðtaldar við útreikning á markaðshlutdeild aðila, en mat eftirlitsins var að ef „væri lítið til þessarar útgáfu og tekjur vegna hennar meðtaldar við mat á markaðshlutdeild væri það aðeins til þess fallið að sýna styrkari stöðu Forlagsins á markaðnum en ella. Ætla má því að það sé í raun ívilnandi fyrir Forlagið að undanskilja útgáfu raf- og hljóðbóka við mat á hlutdeild.“ Samkeppniseftirlitið taldi ekki ástæðu til þess að taka endanlega afstöðu til þess í málinu hvort útgáfan teldist til hins skilgreinda markaðar og sú niðurstaða var síðan staðfest af áfrýjunarnefnd samkeppnismála í úrskurði í máli nr. 1/2018, Forlagið ehf. gegn Samkeppniseftirlitinu.
44. Í ákvörðun nr. 47/2017 var jafnframt bent á þetta:

*„Samkeppniseftirlitið getur ekki fallist á að útgáfa á erlendum bókum, hvort heldur sem um er að ræða prentaðar bækur eða útgáfur í raf- eða hljóðbókarformi, séu hluti af markaðnum. Erlendar bækur eru ekki gefnar út á íslensku og þar af leiðandi ekki fyrir íslenskan markað og keppa því ekki við útgáfu íslenskra bókaforlaga. [...] Útgáfa og sala erlendra aðila eins og amazon.com á bókum á*

<sup>3</sup> Sjá nánar í frétt á heimasíðu Samkeppniseftirlitsins frá 21. desember 2020, *Storytel AB dregur til baka samrunatilkynningu vegna kaupa félagsins á 70% hlut í Forlaginu*. <https://www.samkeppni.is/utgafa/frettir/storytel-ab-dregur-til-baka-samrunatilkynningu-vegna-kaupa-felagsins-a-70-hlut-i-forlaginu>



öðru tungumáli en íslensku hér á landi, hvort heldur sem um er að ræða bækur í prentuðu eða rafrænu formi, tilheyrir ekki þeim markaði.

Þá vísar Samkeppniseftirlitið til þess að framkvæmdastjórn Evrópusambandsins hefur skilgreint markaði fyrir bækur eftir útgáfutungumáli þeirra. Þannig tilheyra t.d. bækur á ensku ekki sama markaði og bækur á frönsku. Þá er möguleiki á því að tilteknir undirmarkaðir séu til staðar, t.d. eftir tegund bóka og útgáfuformi. Þá er ljóst að markaðsskilgreiningar geta verið ólíkar á milli útgáfutungumála og mismunandi landfræðilegra markaða.“

45. Í ákvörðun Samkeppniseftirlitsins til bráðabirgða nr. 1/2020 taldi eftirlitið sennilegt að smásala prentaðra bóka myndaði sérstakan þjónustumarkað. Jafnframt taldi eftirlitið að rök stæðu til þess að aðgreina markaðinn fyrir smásölu bóka niður í fjarsölumarkað (e. *distant selling*) og sölu bóka í verslunum (e. *sales through shops*). Var m.a. horft til ákvarðana framkvæmdastjórnar ESB nr. IV/M.1407 í *Bertelsmann/Mondadori* málinu frá árinu 1999<sup>4</sup> og nr. COMP/M.2978 *Lagardère/Natexis/VUP* frá árinu 2004<sup>5</sup>.
46. Í *Bertelsmann/Mondadori* málinu taldi framkvæmdastjórnin að mögulegt væri að skilgreina sérstakan fjarsölumarkað, eins og t.d. bóklúbbi, póstpöntun (e. *mail order*) og vefverslanir, sem væru aðgreindir frá sölu bóka í hefðbundnum verslunum.
47. Í ákvörðun sinni í *Lagardère/Natexis/VUP* málinu áréttaði framkvæmdastjórnin þessi sjónarmið. Í ákvörðuninni sem sneri að útgáfu bóka á frönsku var skilgreindur sérstakur markaður fyrir annars vegar útgáfu bóka á upprunalegu tungumáli útgáfunnar, frönsku í þessu tilviki, og hins vegar útgáfu bóka á frönsku sem hefðu verið þýddar af öðrum tungumálum. Í ákvörðuninni komst framkvæmdastjórnin einnig að þeirri niðurstöðu að skipta bæri markaðnum niður eftir flokkum bóka.
48. Framkvæmdastjórn ESB hefur í tveimur ákvörðunum sínum á sl. árum talið að ákveðinn munur sé á útgáfu rafbóka, hljóðbóka og prentaðra bóka. Þessi munur sé það verulegur, m.a. út frá eftirspurn neytenda, að ekki sé ástæða til að líta svo á að þessi útgáfa tilheyri sama markaði. Hafa þessi sjónarmið m.a. komið fram í tveimur ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar sem eru nr. COMP/M.6789 *Bertelsmann/Pearson/Penguin Random House* frá árinu 2013<sup>6</sup> og nr. AT.40153 *E-book MFN and related matters (Amazon)* frá árinu 2017.<sup>7</sup>
49. Í ákvörðuninni sem varðaði samruna Bertelsmann, Pearson og Penguin Random House frá apríl 2013 leiddi rannsókn framkvæmdastjórnarinnar eftirfarandi í ljós hvað varðar mögulega skiptingu markaðarins eftir prentuðum bókum, rafbókum og hljóðbókum:
  - i. Prentaður bækur og rafbækur geta myndað aðskilda vörumarkaði.
    - a. Meirihluti útgefanda og viðskiptavina þeirra töldu að prentaðar bækur og rafbækur væru ólíkar þegar kæmi að (i) söluleiðum, (ii) verðlagningu á heildsölustigi, (iii) verðlagningu á smásölustigi og (iv) kynningu á tilteknum

<sup>4</sup> Sjá nánar: Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar nr. IV/M.1407 *Bertelsmann/Mondadori* frá 22. apríl 1999. [https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m1407\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m1407_en.pdf)

<sup>5</sup> Sjá nánar: Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar nr. COMP/M.2978 *Lagardère/Natexis/VUP* frá 7. janúar 2004. [https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m2978\\_20040107\\_600\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m2978_20040107_600_en.pdf)

<sup>6</sup> Sjá nánar: Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar nr. COMP/M.6789 *Bertelsmann/Pearson/Penguin Random House* frá 5. apríl 2013.

[https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m6789\\_20130405\\_20310\\_3146409\\_EN.pdf](https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m6789_20130405_20310_3146409_EN.pdf)

<sup>7</sup> Sjá nánar: Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar nr. AT.40153 *E-book MFNs and related matters (Amazon)* frá 4. maí 2017.

[https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec\\_docs/40153/40153\\_4392\\_3.pdf](https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/40153/40153_4392_3.pdf)



titlum. Ólíkt viðskiptavinum útgefanda, þá taldi meirihluti útgefanda að það væri lítil munur þegar horft væri til (i) endanotenda og (ii) hvernig varanna væri neytt.

- b. Rannsókn framkvæmdastjórnarinnar sem sneri að staðgöngu á milli þessara bókaforma voru hins vegar ekki jafn skýrar. Þrátt fyrir það taldi meirihluti útgefanda og viðskiptavinir þeirra að hvorki heildsalar né smásalar myndu skipta úr prentuðum bókum/rafbókum í rafbækur/prentaðar bækur í tilfelli 5-10% verðhækkunar. Til viðbótar þessu svaraði mikill meirihluti viðskiptavina bókaútgáfna því til að mikill meirihluti neytenda myndi ekki skipta úr prentuðum bókum/rafbókum í rafbækur/prentaðar bækur í tilfelli 5-10% verðhækkunar.

ii. Hljóðbækur eru frábrugðnar prentuðum bókum.

- a. Meirihluti útgefanda og viðskiptavina þeirra töldu að prentaðar bækur og hljóðbækur væru ólíkar þegar kæmi að (i) verðlagningu á heildsölustigi, (ii) verðlagningu á smásölustigi og (iii) kynningu á tilteknum titlum. Meirihluti viðskiptavina útgefanda taldi einnig að munur væri á dæmigerðum endanotendum þessara bókaforma og hvernig lesið/hlustað væri á bækurnar. Sjónarmið bókaútgefenda hvað þetta varðar voru ekki jafn skýr. Heilt yfir voru svörin ekki skýr hvað varðar mun eftir söluleiðum.
- b. Hvað varðar staðgöngu á milli hljóðbóka annars vegar og prentaðra bóka hins vegar þá taldi meirihluti útgefanda og viðskiptavina þeirra að hvorki heildsalar né smásalar myndu skipta úr prentuðum bókum/hljóðbókum í hljóðbækur/prentaðar bækur í tilfelli 5-10% verðhækkunar. Til viðbótar þessu svaraði mikill meirihluti viðskiptavina bókaútgáfna því til að mikill meirihluti neytenda myndi ekki skipta úr prentuðum bókum/hljóðbókum í hljóðbækur/prentaðar bækur í tilfelli 5-10% verðhækkunar.

iii. Hljóðbækur eru einnig frábrugðnar rafbókum.

- a. Meirihluti útgefanda og viðskiptavina þeirra töldu að prentaðar bækur og rafbækur væru ólíkar þegar kæmi að (i) verðlagningu á heildsölustigi og (ii) verðlagningu á smásölustigi. Meirihluti viðskiptavina útgefanda taldi einnig að munur væri á dæmigerðum endanotendum þessara bókaforma, söluleiðum og hvernig væri lesið/hlustað á bækurnar. Sjónarmið bókaútgefenda hvað þetta varðar voru ekki jafn skýr hvað varðar mun á kynningu raf- og hljóðbóka.
- b. Hvað varðar staðgöngu á milli hljóðbóka annars vegar og rafbóka hins vegar þá taldi enginn útgefanda og viðskiptavina þeirra að heildsalar eða smásalar myndu skipta úr rafbókum/hljóðbókum í hljóðbækur/rafbækur í tilfelli 5-10% verðhækkunar. Til viðbótar þessu svaraði mikill meirihluti viðskiptavina bókaútgáfna að þeir teldu ekki að neytendur myndi skipta úr rafbókum/hljóðbókum í hljóðbækur/rafbækur í tilfelli 5-10% verðhækkunar.

50. Í ákvörðuninni sem varðar sátt Amazon við framkvæmdastjórn ESB nr. AT.40153 - *E-book MFN and related matters* (Amazon) kemur fram að í frummati framkvæmdastjórnarinnar hafi hún litið svo á að skilgreina bæri sérstakan markað fyrir smásölu rafbóka sem aðgreindur væri frá smásölu hljóðbóka sem og prentaðra bóka. Til viðbótar bæri að skilgreina sérstaka undirmarkaði fyrir annars vegar smásölu rafbóka á þýsku og hins vegar smásölu rafbóka á ensku.



51. Jafnframt má hafa til hliðsjónar ákvörðun breskra samkeppnisyfirvalda frá 16. júní 2020 í máli nr. ME/6880/20, *Completed acquisition by Aragorn Parent Corporation (KKR & Co. Inc.) of OverDrive Holdings, Inc.* Í ákvörðuninni sagði m.a. að stofnunin teldi vera takmarkaða staðgöngu á milli mismunandi tegunda stafræns efnis og að mati stofnunarinnar stæðu rök til þess að meta áhrif samrunans á markaði fyrir rafbækur annars vegar og markaði fyrir hljóðbækur hins vegar.<sup>8</sup>
52. Samkeppniseftirlitið vísar til þess að þrátt fyrir að markaðsaðstæður breytist hratt og hljóðbækur verði sífellt vinsælli á bókamarkaði og sem hluti af afþreyingu almennt þá virðist hlutdeild hljóðbóka ekki vera á kostnað hlutdeildar fyrir prentaðar bækur. Sem dæmi þá hækkuðu tekjur vegna sölu á prentuðum bókum í Bandaríkjunum á fyrstu sex mánuðum ársins 2019 um 2,5% milli ára, jafnvel þó tekjur af hljóðbókum hefðu einnig aukist um 34%. Tekjur af rafbókum drögust hins vegar saman um 4% á sama tíma (tekjur af rafbókasölu voru samt sem áður 77% hærri en hljóðbóka).<sup>9</sup> Framangreint gefur því til kynna að hljóðbækur séu að einhverju leyti viðbót við markað fyrir prentaðar bækur.
53. Með hliðsjón af framangreindum innlendum og erlendum fordæmum telur Samkeppniseftirlitið að álykta megi sem svo að skýr munur sé á smásölu hljóðbóka og annarra tegunda bóka í augum neytenda. Munur á smásölu rafbóka og prentaðra bóka sé einnig til staðar. Í tilviki bókaútgáfu standi rök til þess með og á móti að horfa sem svo á að bókaútgáfu eigi að skipta upp eftir formi bóka.

## 2.2. Bækur á íslensku mynda sérstakan markað

54. Það hefur verið mat Samkeppniseftirlitsins í fyrri úrlausnum sem tengjast mörkuðum fyrir bækur að sundurgreina megi markaði eftir tungumáli bókar, og því myndi bækur á íslensku sérstakan markað.
55. Framkvæmdastjórn Evrópusambandsins hefur í úrlausnum sínum tekið sambærilega afstöðu og skilgreint markaði fyrir bækur eftir útgáfutungumáli þeirra. Þannig tilheyra t.d. bækur á ensku ekki sama markaði og bækur á frönsku.<sup>10</sup>
56. Í nóvember 2020 framkvæmdi könnunarfyrirtækið Zenter könnun á meðal almennings fyrir Miðstöð íslenskra bókmennta sem birt hefur verið á heimasíðu hennar.<sup>11</sup> Þar sögðust 80% svarenda vera mjög eða frekar sammála því að það sé mikilvægt að þýða nýjar erlendar bækur á íslensku. Jafnframt les meirihluti svarenda meira á íslensku en á öðrum tungumálum. Þá kom m.a. eftirfarandi fram í könnuninni:
- Um 31% svarenda sögðust lesa einungis á íslensku og 33% lesa oftár á íslensku en á öðru tungumáli.
  - Um 8% sögðust lesa jafnoft á íslensku og öðru tungumáli, en 16% lesa oftár á öðru tungumáli en íslensku, og 2% lesa einungis á öðru tungumáli.

<sup>8</sup> „61. Based on the evidence set out above, the CMA believes that there is limited substitutability between different types of digital content. The CMA therefore does not believe that it is appropriate to widen the product frame of reference to include the supply of other types of digital content and has assessed the impact of the Merger on the supply of (i) eBooks; and (ii) eAudiobooks separately.“

<sup>9</sup> [www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/media-and-telecom-predictions/2020/rise-of-audiobooks-podcast-industry.html](https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/media-and-telecom-predictions/2020/rise-of-audiobooks-podcast-industry.html)

<sup>10</sup> Sjá t.d. ákvörðun framkvæmdastjórnar ESB frá 5. apríl 2013 nr. COMP/M.6789 - BERTELSMANN/ PEARSON/ PENGUIN RANDOM HOUSE og frá 7. janúar 2004 nr. COMP/M.2978 LAGARDERE / NATEXIS / VUP.

<sup>11</sup> Sjá [https://www.islit.is/media/pdf/Zenter-rannsoknir-Midstod-islenskra-bokmennta-november-2020\\_trunadur.pdf](https://www.islit.is/media/pdf/Zenter-rannsoknir-Midstod-islenskra-bokmennta-november-2020_trunadur.pdf) Sjá einnig fréttatilkynningu Miðstöðvar íslenskra bókmennta frá 16. nóvember 2020, <https://www.islit.is/frettir/lestur-landsmanna-heldur-af-af-aurkast>



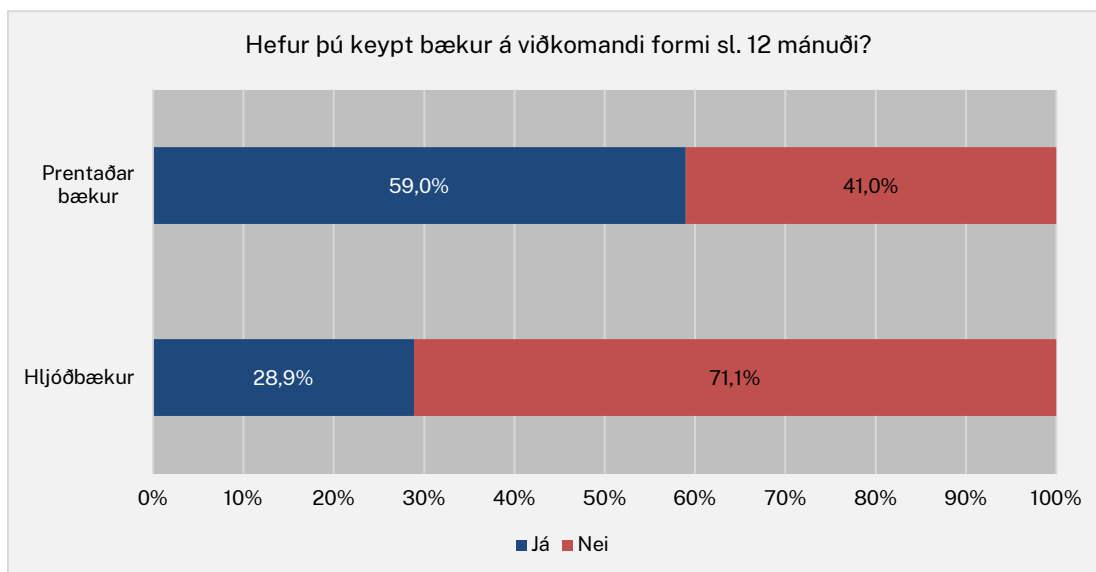
57. Þessar niðurstöður gefa til kynna að mati Samkeppniseftirlitsins að það skipti neytendur máli að bækur séu á íslensku, og því myndi bækur á íslensku sérstakan markað.

### 2.3. Mörkuðum fyrir bækur má skipta upp eftir formi bóka, sbr. könnun Samkeppniseftirlitsins meðal neytenda

58. Við rannsókn á samruna Storytel og Forlagsins framkvæmdi Zenter könnun, dagana 23. til 30. október 2020, á meðal neytenda að beiðni Samkeppniseftirlitsins. Meginmarkmið könnunarinnar var að afla sjónarmiða sem gætu gefið vísbendingar um mögulega staðgöngu milli prentaðra bóka og hljóðbóka.
59. Könnunin var netkönnun, send til 2.400 einstaklinga 18 ára og eldri úr könnunarhóp Zenter rannsókna, 18 ára og eldri á Íslandi. Svör bárust frá 1.273 einstaklingum en það er 53% svarhlutfall. Verður nú nánar vikið að helstu niðurstöðum könnunarinnar sem þýðingu geta haft við mat á skilgreiningum markaða fyrir bækur.
60. Könnunin skiptist í tvo hluta. Annars vegar voru spurningar sem lutu að prentuðum bókum, og hins vegar spurningar sem lutu að hljóðbókum, en spurningarnar og orðalag þeirra var sambærilegt í báðum hlutum. Í upphafi hvors hluta var spurt hvort að svarandi hefði keypt bækur á viðkomandi formi á síðastliðnum 12 mánuðum, og einungis þeir sem svöruðu því játandi fengu aðrar spurningar um viðkomandi bókarform. Þar sem markaðir málsins einskorðuðust við bækur á íslensku beindust allar spurningar einungis að bókum á íslensku.

#### 2.3.1. Munur er á kauphegðun neytenda á prentuðum bókum annars vegar og hljóðbókum hins vegar

61. Í upphafi könnunarinnar voru þátttakendur annars vegar spurðir að því hvort þeir hefðu keypt prentaðar bækur á íslensku á sl. 12 mánuðum og hins vegar hvort þeir hefðu keypt hljóðbækur á íslensku eða verið í áskrift af hljóðbókum á sl. 12 mánuðum. Svör við spurningunum má sjá á mynd 1.

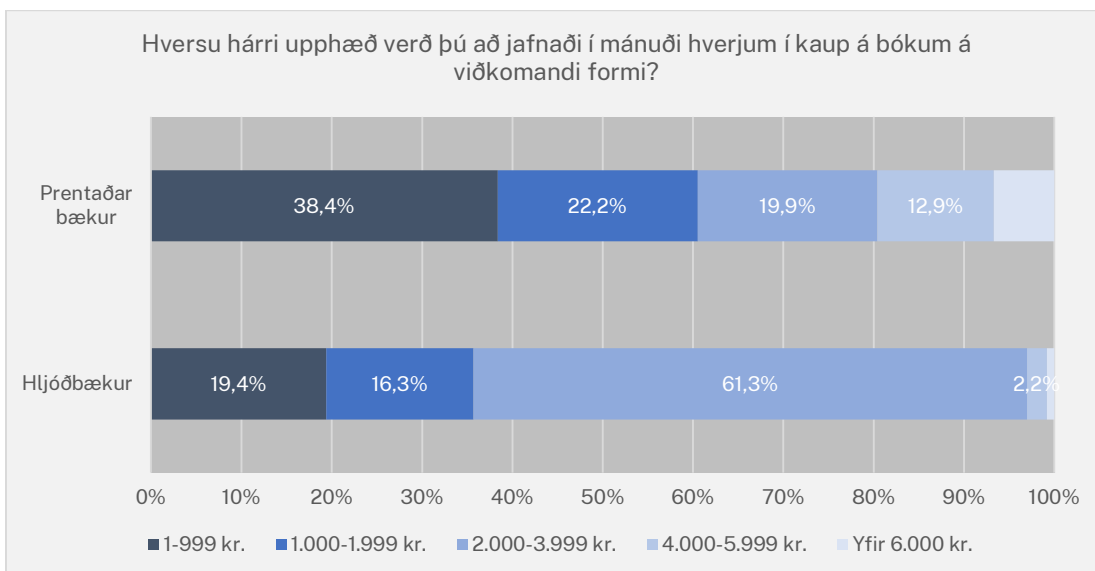


**Mynd 1.** Svör við spurningunum „Hefur þú keypt prentaðar bækur á íslensku á sl. 12 mánuðum?“ og „Hefur þú keypt hljóðbækur á íslensku eða verið í áskrift af hljóðbókum á íslensku á sl. 12 mánuðum?“

62. 59,0% aðspurðra sögðust hafa keypt prentaðar bækur, en 28,9% höfðu keypt hljóðbækur.



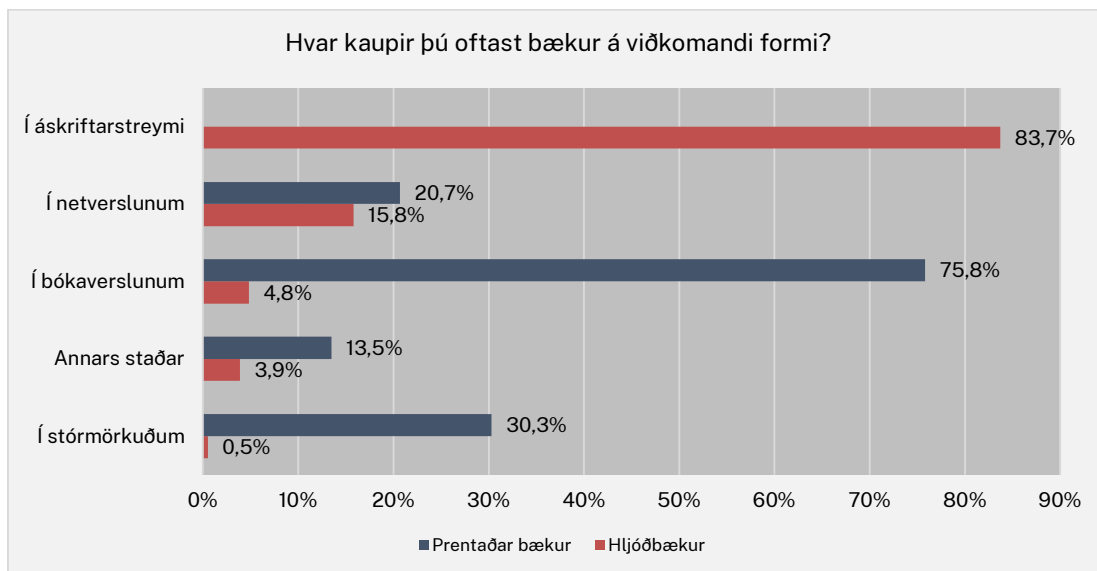
63. Næst var spurt hversu hárrí upphæð verð þú að jafnaði í mánuði hverjum í kaup á bókum á viðkomandi formi. Svör við spurningunni má sjá á mynd 2.



**Mynd 2.** Svör við spurningunum „Hversu hárrí upphæð verð þú að jafnaði í mánuði hverjum í kaup á prentuðum bókum á íslensku?“ og „Hversu hárrí upphæð verð þú að jafnaði í mánuði hverjum í kaup eða áskriftargjald hljóðbóka á íslensku?“

64. Niðurstöðurnar benda til þess að kauphegðun sé mismunandi á milli kaupa á prentuðum bókum annars vegar og hljóðbókum hins vegar. Meirihluti þeirra sem kaupa hljóðbækur, 61,3%, verja 2.000-3.999 kr. á mánuði, en meðal þeirra sem kaupa prentaðar bækur er algengast að verja 1-999 kr. á mánuði. Mjög fáir, einungis 3,0% verja 4.000 kr. eða meira til hljóðbókakaupa, en sama hlutfall er 19,6% meðal þeirra sem kaupa prentaðar bækur.
65. Næst var spurt hvar viðkomandi keypti oftast bækur á viðkomandi formi, og gefnir valmöguleikarnir „í bókaverslunum“, „í stórmörkuðum, matvöruverslunum o.þ.h.“, „í netverslunum“ og „annars staðar“. Í spurningunni sem laut að hljóðbókum var til viðbótar svarmöguleikinn „í áskriftarstreymi“. Svarendur gátu valið fleiri en einn valmöguleika. Svörin má sjá á mynd 3, en valmöguleikum er raðað upp eftir hlutfalli þeirra sem keyptu hljóðbækur í gegnum viðkomandi söluleið.





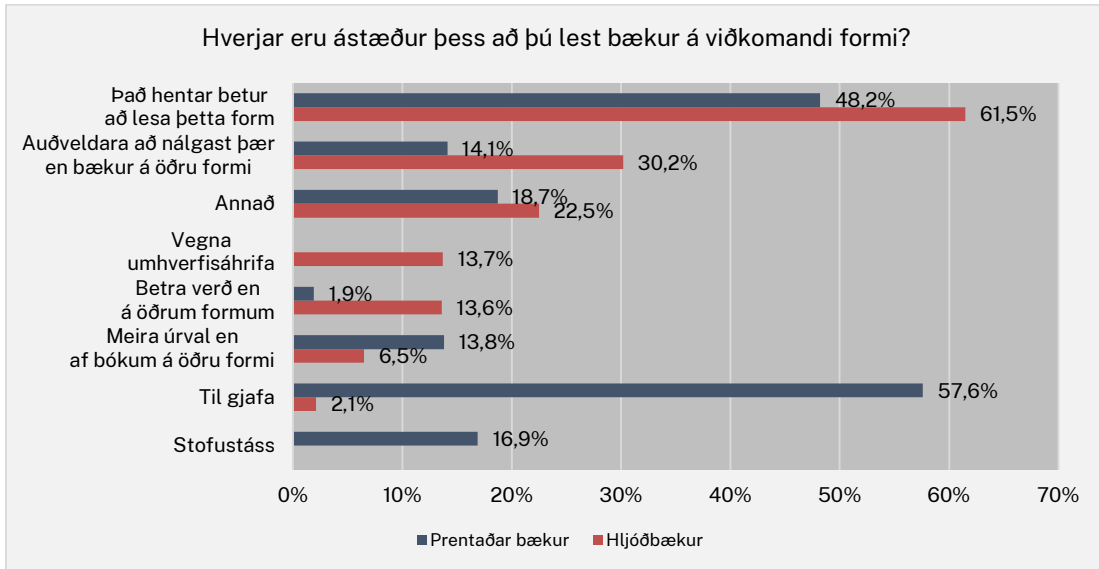
**Mynd 3.** Svör við spurningunum „Hvar kaupir þú oftast prentaðar bækur á íslensku?“ og „Hvar verlar þú oftast hljóðbækur á íslensku (stakar og í áskrift)?“

66. Mikill munur var á svörum eftir því hvort um var að ræða hljóðbækur eða prentaðar bækur. Það sem einkennir kaup þátttakenda á prentuðum bókum á íslensku er að meirihluti þeirra, 75,8%, kaupir þær í bókaverslunum. 30,3% svöruðu því að um væri að ræða kaup í stórmörkuðum og/eða matvöruverslunum og 20,7% í netverslun. 13,5% svöruðu því að þeir keyptu þær annars staðar.
67. Það sem einkennir kaup þátttakenda á hljóðbókum er að mikill meirihluti þeirra, 83,7%, kaupir þær í áskriftarstreymi. 15,8% svöruðu því að um væri að ræða kaup í netverslunum og 4,8% í bókaverslunum. Um 4% svöruðu því að þeir keyptu hljóðbækur á íslensku annars staðar.
68. Samantekið telur Samkeppniseftirlitið að svör við fyrstu þremur spurningunum gefi til kynna að munur sé á kauphegðun fólks eftir því hvort um er að ræða prentaðar bækur annars vegar eða hljóðbækur hins vegar. Töluvert fleiri svarendur kaupa prentaðar bækur en hljóðbækur, það er að jafnaði meiri dreifing á því hversu háum upphæðum fólk ver til kaupa á prentuðum bókum heldur en hljóðbókum, og fólk kaupir hljóðbækur í gegnum aðrar söluleiðir en prentaðar bækur.

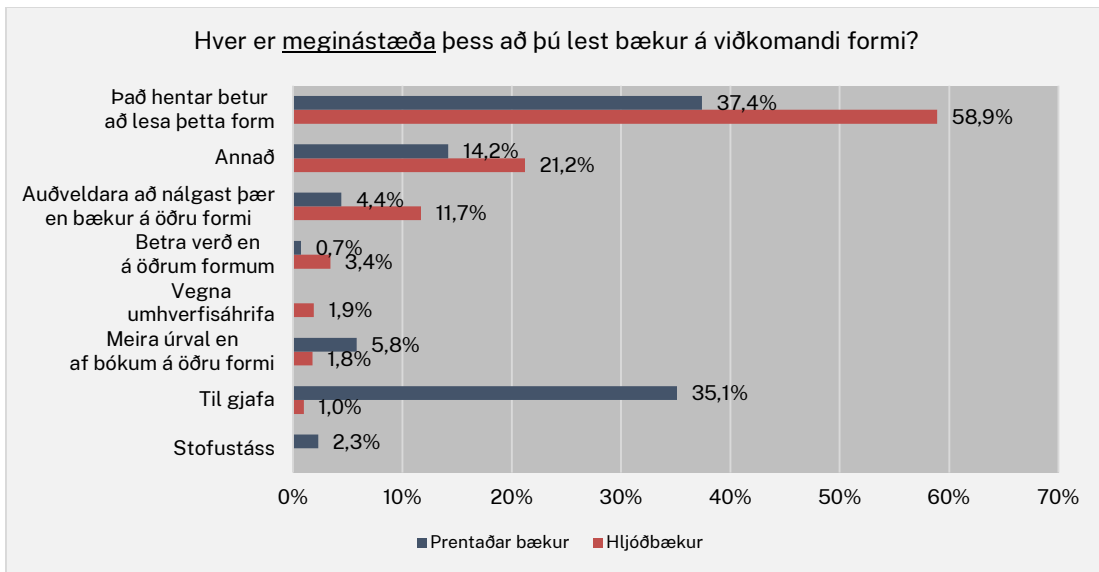
### 2.3.2. Lestur bóka á prentuðu formi og hlustun á hljóðbækur uppfyllir mismunandi þarfir

69. Tvær spurningar lutu að ástæðum þess að svarendur kysu að kaupa eða hlusta á bækur á viðkomandi formi. Fyrst var spurt „Hverjar eru ástæður þess að þú kaupir prentaðar bækur/hlustar á hljóðbækur?“ þar sem velja mátti fleiri en einn svarmöguleika (sjá mynd 4). Næst var spurt „Hver er meginástæða þess að þú kaupir prentaðar bækur/hlustar á hljóðbækur?“, þar sem svarendur gátu einungis valið einn svarmöguleika (sjá mynd 5).
70. Svarmöguleikarnir í tilfelli bæði prentaðra bóka og hljóðbóka voru „til gjafa“, „auðveldara að nálgast þær en bækur á öðru formi“, „meira úrval en af bókum á öðru formi“, „betra verð en á öðrum formum bóka“ og „annað“. Til viðbótar voru svarmöguleikarnir „það hentar mér betur að lesa prentaðar bækur en að hlusta á hljóðbækur eða lesa rafbækur“ og „geyma uppi í hillu/stofustáss“ í tilfelli prentaðra bóka, og svarmöguleikarnir „það hentar mér betur að hlusta á hljóðbækur en að lesa prentaðar bækur eða rafbækur“ og „vegna umhverfisáhrifa“ í tilfelli hljóðbóka. Á myndunum er svarmöguleikum raðað upp eftir hlutfalli þeirra sem merktu við viðkomandi svarmöguleika í spurningunni um hljóðbækur.





Mynd 4. Svör við spurningunum „Hverjar eru ástæður þess að þú kaupir prentaðar bækur?“ og „Hverjar eru ástæður þess að þú hlustar á hljóðbækur?“



Mynd 5. Svör við spurningunum „Hver er meginástæða þess að þú kaupir prentaðar bækur?“ og „Hver er meginástæða þess að þú hlustar á hljóðbækur?“

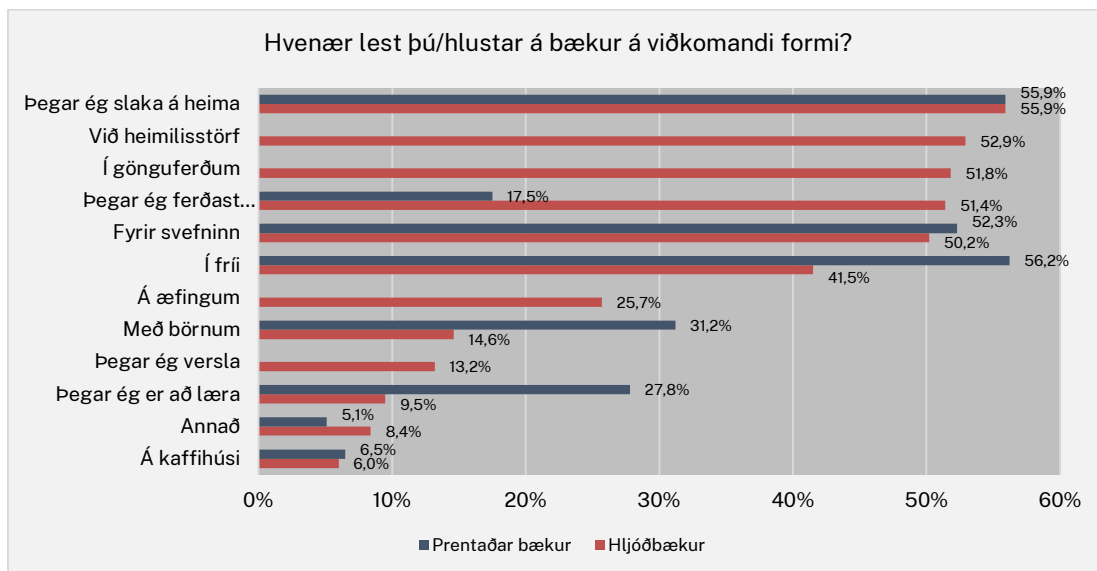
71. Niðurstöðurnar sýna að talsverður munur er á ástæðu þess að neytendur kjósa ólík form af bókum, t.a.m. er algengasta ástæðan fyrir kaupum á prentuðum bókum (57,6% svarenda) sú að um er að ræða kaup á gjöf og er það jafnframt önnur algengasta meginástæðan (35,7% svarenda) fyrir kaupum á prentuðum bókum. Aftur á móti nefna einungis 2,1% af þeim sem kaupa hljóðbækur að þær séu til gjafa og 1,0% nefnir það sem meginástæðu.
72. Meirihluti þeirra sem hlusta á hljóðbækur (61,5%) gera það vegna þess að það hentar þeim betur heldur en að lesa prentaðar bækur, og 58,9% segja það vera meginástæðuna. Það sama má segja um þá sem lesa prentaðar bækur. Um helmingur svarenda telja það henta betur en að lesa/hlusta á bækur á öðru formi, og 37,4% nefna það sem meginástæðu þess að þeir lesi prentaðar bækur.



73. Tæpur þriðjungur þeirra sem hlusta á hljóðbækur (30,2%) gerir það vegna þess að það er auðveldara að nálgast þær en bækur á öðru formi, og 11,7% telur það vera meginástæðuna. Meðal þeirra sem lesa prentaðar bækur eru 14,1% sem gera það af sömu ástæðu, og 4,4% sem nefna það sem meginástæðuna.
74. 13,7% þeirra sem hlusta á hljóðbækur gera það vegna umhverfisáhrifa, en 1,9% nefna það sem meginástæðuna. 16,9% þeirra sem kaupa prentaðar bækur gera það til að nota þær sem stofustáss, en 2,3% segja það vera meginástæðuna.
75. Þeim svarendum sem völdu „annað“ var gefinn kostur á að gefa skriflegt svar til að útskýra það nánar. Meðal þeirra ástæðna sem svarendur gáfu fyrir því að kaupa prentaðar bækur voru að ekki hentaði að hafa námsbækur, fræðibækur og ýmis konar handbækur á raf- eða hljóðbókaformi. Barnabækur væru sömuleiðis yfirleitt á prentuðu formi, og hluti af upplifuninni af því að lesa bækur væri að handfjatla þær og lesa af prenti.
76. Þær ástæður sem svarendur gáfu fyrir því að hlusta á hljóðbækur sneru að mestu leyti að því að hentugt væri að hlusta á hljóðbækur samtímis því að gera eitthvað annað, s.s. vera á hreyfingu, við handavinnu, akstur, þrif o.s.frv.
77. Af svörunum við þessum spurningum telur Samkeppniseftirlitið að lestur bóka á prentuðu formi uppfylli aðrar þarfir neytenda en hlustun á hljóðbækur, sem takmarkar staðgöngu á milli formanna.

### **2.3.3. Hljóðbækur og prentaðar bækur eru notaðar í mismunandi aðstæðum**

78. Næst voru þátttakendur spurðir að því við hvaða aðstæður þeir lesi bækur. Svarmöguleikarnir voru að mestu leyti þeir sömu í þeim spurningum sem lutu að prentuðum bókum og hljóðbókum, „þegar ég slaka á heima“, „þegar ég er í frí“, „rétt fyrir svefninn“, „þegar ég les fyrir eða með börnunum mínum“, „þegar ég er að læra“, „þegar ég ferðast, t.d. til og frá vinnu“, „á kaffihúsi“ og „annað“. Í spurningunni um hljóðbækur voru að auki svarmöguleikarnir „við heimilisstörf“, „í gönguferðum“, „á æfingum“ og „þegar ég versla“. Það var ráðlegging framkvæmdaraðila könnuninnar, Zenter, til Samkeppniseftirlitsins að þessum valmöguleikum skyldi sleppt í spurningunni er varðaði prentaðar bækur, enda aðstæður þar sem illmögulegt er að lesa prentaðar bækur.
79. Svarendur gátu valið fleiri en einn svarmöguleika í hvorri spurningu. Svörin við spurningunni voru ólík eftir því hvort um er að ræða prentaðar bækur eða hljóðbækur, líkt og sjá má á mynd 6, þar sem svarmöguleikum er raðað upp eftir hlutfalli þeirra sem merktu við viðkomandi svarmöguleika í spurningunni um hljóðbækur.



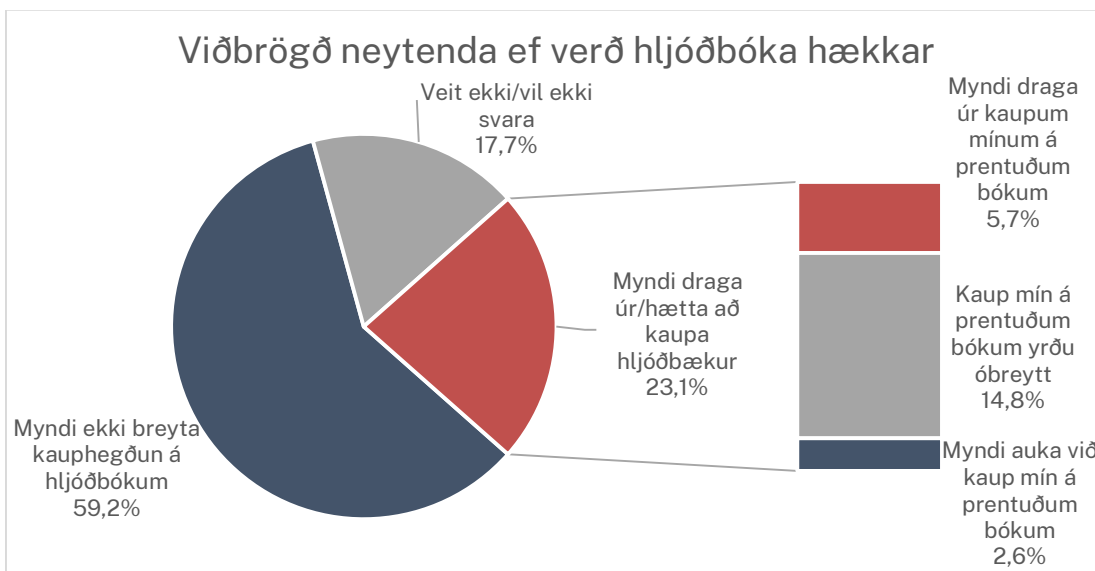
**Mynd 6.** Svör við spurningunum „Hvenær lest þú prentaðar bækur?“ og „Hvenær hlustar þú á hljóðbækur?“

80. Algengast er að svarendur hlusti á hljóðbækur þegar þeir slaka á heima (og næst algengast í tilviki prentaðra bóka), en 55,9% svarenda völdu þann svarmöguleika, bæði í spurningunni sem laut að prentuðum bókum og þeirri sem laut að hljóðbókum.
81. Stór hluti hljóðbókanotenda hlustar á hljóðbækur í aðstæðum þar sem prentaðar bækur henta annað hvort illa eða alls ekki, þ.e. við heimilisstörf (52,9%), í gönguferðum (51,8%) og þegar þeir ferðast (t.a.m. í og úr vinnu) (51,4%). Einungis 17,5% lesenda prentaðra bóka merktu við síðast nefnda möguleikann í spurningunni sem laut að prentuðum bókum. Jafnframt hlustar um 25,7% hljóðbókanotenda á hljóðbækur á æfingum, og 13,2% þegar þeir versla.
82. Hlutfall þeirra sem lesa prentaðar bækur eða hlusta á hljóðbækur fyrir svefninn er áþekkt, 52,3% í tilviki prentaðra bóka og 50,2% í tilviki hljóðbóka. Sama á við um þá sem sögðust lesa eða hlusta á bækur á kaffihúsum, en hlutfallið var 6,5% í tilviki prentaðra bóka og 6,0% í tilviki hljóðbóka.
83. Nokkuð hærra hlutfall lesenda prentaðra bóka (56,2%) les bækur í fríi heldur en hlustendur hljóðbóka (41,5%), en það sama á við um þá sem lesa eða hlusta á bækur með börnum (31,2% í tilviki prentaðra bóka, 14,6% í tilviki hljóðbóka) og þá sem lesa bækur við lærdóm (27,8% í tilviki prentaðra bóka, 9,5% í tilviki hljóðbóka).
84. 8,4% svarenda völdu valmöguleikann „annað“ í spurningunni um hljóðbækur, og þegar svarendur voru beðnir um að útskýra það nánar sögðust margir hlusta á hljóðbækur við vinnu eða hannyrðir. Á meðal lesenda prentaðra bóka völdu 5,1% svarmöguleikann „annað“, og nefndu þau aðstæður eins og fyrir vinnu, eða við matreiðslu.
85. Það er mat Samkeppniseftirlitsins að svörin við þessari spurningu bendi til þess að prentaðar bækur og hljóðbækur uppfylli ólíkar þarfir neytenda, að hljóðbækur séu meira notaðar við aðstæður þar sem prentaðar bækur henta illa og öfugt. Þetta gefur til kynna að staðgang á milli bókarformanna sé takmörkuð.



### 2.3.4. Takmörkuð staðganga á milli hljóðbóka og prentaðra bóka

86. Næst voru kaupendur hljóðbóka spurðir að því hver viðbrögð þeirra yrðu ef að verð á hljóðbókum á íslensku hækkaði um 5-10% en verð fyrir prentaðar bækur og rafbækur á íslensku, stakar og í áskrift, yrði óbreytt. Þeir sem svöruðu því til að verðhækkun myndi leiða til þess að þeir drægju úr eða hættu að kaupa hljóðbækur voru síðan spurðir hvort að minni kaup á hljóðbókum myndu hafa áhrif á kaup þeirra á prentuðum bókum.
87. Svörin við spurningunum eru dregin saman á mynd 7, en kökuritið sýnir viðbrögð þeirra sem kaupa hljóðbækur við verðhækkun á hljóðbókum, og súlan sýnir hvaða áhrif minni kaup á hljóðbókum myndu hafa á kaup á prentuðum bókum. Prósentutölurnar við súluna eru hlutfall af öllum svarendum, einnig þeim sem myndu ekki breyta kauphegðun eða svöruðu veit ekki/vil ekki svara, og summa þeirra er 23,1%, sem hlutfall svarenda sem myndu draga úr eða hætta að kaupa hljóðbækur við verðhækkun.

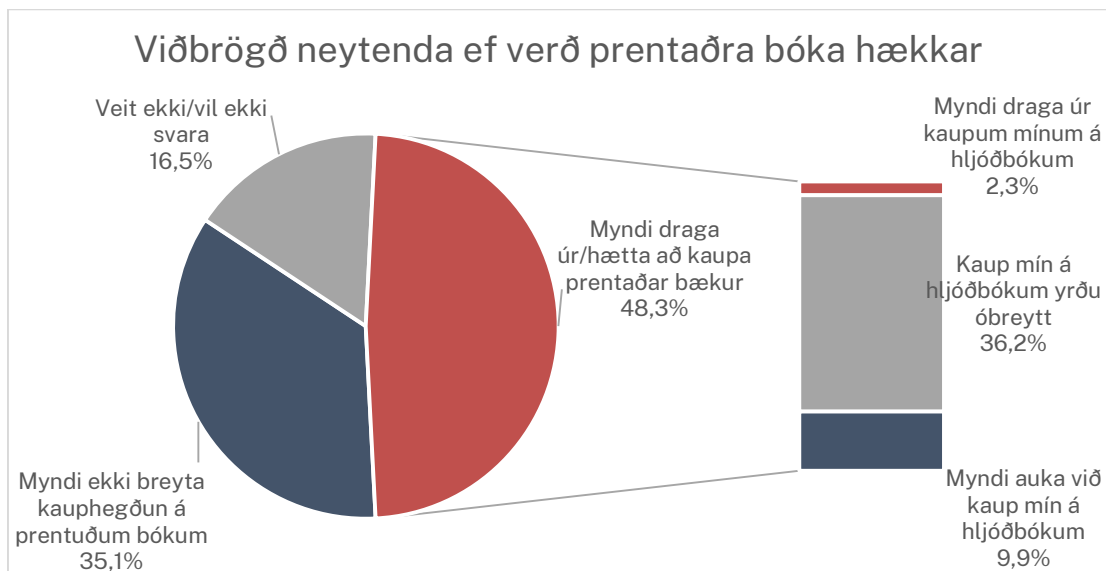


**Mynd 7.** Svör við spurningunum „Ef verð (eða áskriftargjald) hljóðbóka á íslensku hækkaði um 5-10% (150-300 kr. hækkun ef um er að ræða 3.000 kr.) en verð prentaðra bóka á íslensku yrði óbreytt, hver yrðu viðbrögð þín?“ og „Myndu minni kaup þín á hljóðbókum, stökum eða í áskrift, hafa áhrif á kaup þín á prentuðum bókum?“

88. Við 5-10% verðhækkun hljóðbóka myndu 59,2% hljóðbókakaupenda ekki breyta kauphegðun sinni og 23,1% myndu draga úr eða hætta að kaupa hljóðbækur. Þessi 23,1% skiptast síðan þannig að 14,8% myndu ekki breyta kaupum sínum á prentuðum bókum, 5,7% myndu draga úr kaupum sínum á prentuðum bókum, og 2,6% auka við kaup sín á prentuðum bókum. 17,7% svöruðu „veit ekki/vil ekki svara“.
89. Að mati Samkeppniseftirlitsins gefa þessar niðurstöður til kynna að neytendur eru ekki næmir fyrir verðbreytingum á hljóðbókum, þar sem meirihluti hljóðbókakaupenda myndi ekki breyta kauphegðun sinni þrátt fyrir verðhækkun.
90. Jafnframt gefa þessar niðurstöður til kynna að takmörkuð staðganga sé frá hljóðbókum yfir í prentaðar bækur, þar sem einungis 2,6% svarenda myndu draga úr eða hætta að kaupa hljóðbækur og auka við kaup á prentuðum bókum í staðinn. Flestir þeirra sem myndu draga úr eða hætta að kaupa hljóðbækur vegna verðhækkunar myndu þó ekki láta það hafa nein áhrif á kaup sín á prentuðum bókum.



91. Á sambærilegan hátt voru kaupendur prentaðra bóka spurðir að því hver viðbrögð þeirra yrðu ef verð á prentuðum bókum á íslensku hækkaði um 5-10% en verð fyrir hljóðbækur og rafbækur á íslensku, stakar og í áskrift, yrði óbreytt. Þeir sem svöruðu því til að verðhækkun myndi leiða til þess að þeir drægju úr eða hættu að kaupa prentaðar bækur voru síðan spurðir hvort að minni kaup á prentuðum bókum myndu hafa áhrif á kaup þeirra á hljóðbókum.
92. Svörin við spurningunum eru dregin saman á mynd 8, en kökuritið sýnir viðbrögð þeirra sem kaupa prentaðar bækur við verðhækkun á prentuðum bókum, og súlan sýnir hvaða áhrif minni kaup á prentuðum bókum myndu hafa á kaup á hljóðbókum. Prósentutölurnar við súluna eru hlutfall af öllum svarendum, einnig þeim sem myndu ekki breyta kauphegðun eða svöruðu veit ekki/vil ekki svara, og summa þeirra er jöfn hlutfalli þeirra svarenda sem myndu draga úr eða hætta að kaupa prentaðar bækur við verðhækkun.



**Mynd 8.** Svör við spurningunum „Hver yrðu viðbrögð þín ef verð á prentuðum bókum á íslensku hækkaði um 5-10% (250-500 kr. hækkun fyrir bók sem kostar 5.000) en verð fyrir hljóð- og rafbækur á íslensku, stakar og í áskrift, yrði óbreytt?“ og „Myndu minni kaup þín á prentuðum bókum hafa áhrif á kaup þín á hljóðbókum (stökum og í áskrift)?“

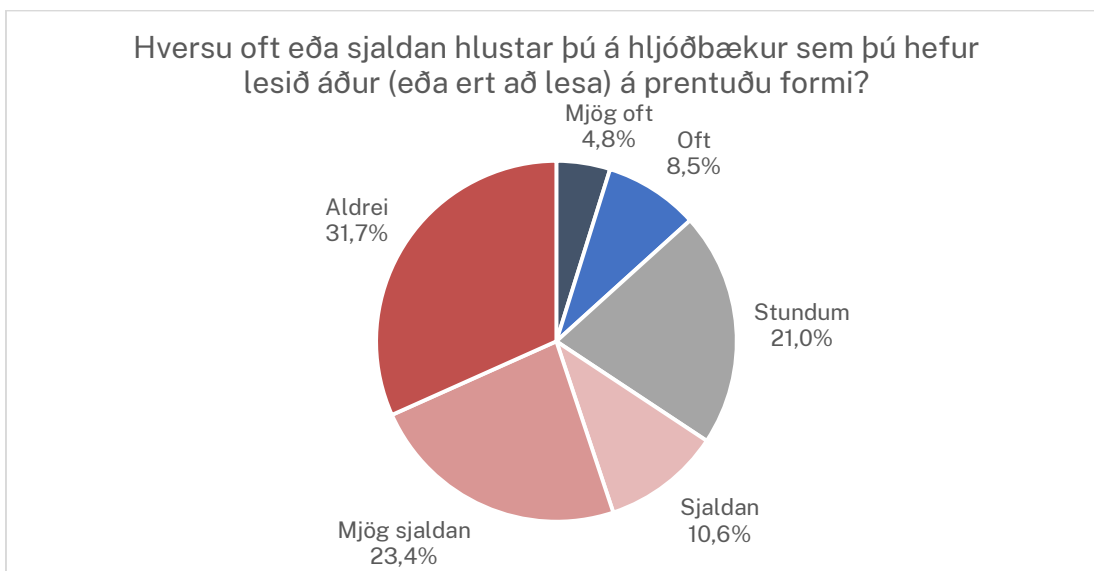
93. Við 5-10% verðhækkun prentaðra bóka myndu 35,1% kaupenda prentaðra bóka ekki breyta kauphegðun sinni og 48,3% myndu draga úr eða hætta að kaupa prentaðar bækur. Þessi 48,3% skiptast síðan þannig að 36,2% myndu ekki breyta kaupum sínum á hljóðbókum, 9,9% myndu auka við kaup sín á hljóðbókum og 2,3% myndu draga úr kaupum sínum á hljóðbókum. 16,5% svöruðu „veit ekki/vil ekki svara“.
94. Að mati Samkeppniseftirlitsins gefa þessar niðurstöður til kynna að neytendur eru næmari fyrir verðbreytingum á prentuðum bókum en hljóðbókum, en tæpur helmingur myndi draga úr eða hætta kaupum á prentuðum bókum við 5-10% verðhækkun, samanborið við 23,1% í tilviki hljóðbóka. Samt sem áður er um þriðjungur svarenda prentaðra bóka ónæmur fyrir 5-10% verðhækkun, og myndi ekki láta hana hafa nein áhrif á kauphegðun sína, og um 60% kaupenda hljóðbóka
95. Jafnframt gefa þessar niðurstöður til kynna að nokkuð takmörkuð staðganga sé á milli prentaðra bóka og hljóðbóka. Einungis 2,6% svarenda sem keypt höfðu hljóðbækur myndu draga úr eða hætta kaupum hljóðbóka og auka við kaup á prentuðum bókum í kjölfar 5-10%



verðhækkunar. Í tilviki svarenda sem keypt höfðu prentaðar bækur þá myndu 9,9% svarenda draga úr eða hætta að kaupa prentaðar bækur og auka við kaup á hljóðbókum í staðinn.

### 2.3.5. Ekki algennt að hlusta eða lesa sömu bók á mismunandi formum

96. Í lok könnunarinnar voru svarendur sem höfðu hlustað á hljóðbækur á sl. 12 mánuðum spurðir hversu oft þeir hlustuðu á hljóðbækur sem þeir hefðu þegar lesið á prentuðu formi.



Mynd 9. Svör við spurningunni „Hversu oft eða sjaldan hlustar þú á hljóðbækur sem þú hefur lesið áður (eða ert að lesa) á prentuðu formi?“

97. Meirihluti svarenda, 65,7%, hlustar sjaldan, mjög sjaldan eða aldrei á hljóðbækur sem þeir eru að lesa eða hafa áður lesið á prentuðu formi. Um þriðjungur svarenda, 34,3%, gerir það hins vegar stundum, oft eða mjög oft.

### 2.3.6. Samandregin niðurstaða könnunarinnar

98. Að mati Samkeppniseftirlitsins gefa niðurstöður könnunarinnar til kynna að markaðinn fyrir bækur beri að aðgreina eftir formi bóka. Ástæður þess eru m.a. þær að hljóðbækur eru keyptar í gegnum aðrar söluleiðir en prentaðar bækur, þær eru keyptar í ólíkum tilgangi, og neytendur hlusta á hljóðbækur við aðstæður þar sem ekki hentar að lesa prentaðar bækur. Ef verð á hljóðbókum myndi hækka, myndu tiltölulega fáir færa sig yfir í prentaðar bækur í staðinn, og það sama má segja um færslu í hina áttina ef verð á prentuðum bókum myndi hækka.

## 2.4. Vörumarkaðir

99. Með hliðsjón af ofangreindu, fyrri framkvæmd Samkeppniseftirlitsins og erlendra samkeppnisyfirvalda sem og könnunar eftirlitsins á meðal neytenda, er það mat þess að markaðir fyrir bækur skiptist í útgáfu- og heildsölumarkað fyrir bækur annars vegar og smásölumarkað fyrir bækur hins vegar. Það er jafnframt mat Samkeppniseftirlitsins að skipta megi mörkuðum fyrir bækur upp eftir tungumáli, og því myndi bækur á íslensku sérstakan markað. Loks bendir rannsókn eftirlitsins til þess að ástæða sé til þess að skipta mörkuðum fyrir bækur upp eftir formi, þ.e. hvort um sé að ræða prentaðar bækur, hljóðbækur eða rafbækur. Því verða í þessari skýrslu eftirfarandi markaðir teknir til skoðunar:



- Markaður fyrir útgáfu og heildsölu prentaðra bóka á íslensku án aðgreiningar og skipt upp eftir;
  - hljóðbókum
  - rafbókum, og
  - prentuðum bókum.
- Markaður fyrir smásölu bóka á íslensku án aðgreiningar og skipt upp eftir;
  - hljóðbókum
  - rafbókum, og
  - prentuðum bókum.

## 2.5. Landfræðilegur markaður er Ísland

100. Í fyrri úrlausnum Samkeppniseftirlitsins, svo sem í ákvörðun nr. 8/2008 og nr. 47/2017 hefur landfræðilegur markaður fyrir útgáfu bóka verið skilgreindur sem landið allt, Ísland.
101. Í bráðabirgðaákvörðun nr. 1/2020 var talið sennilegt að landfræðilegur markaður fyrir smásölu bóka til neytenda væri staðbundinn markaður, og að t.a.m. geti höfuðborgarsvæðið verið sérstakur markaður. Þó var einnig nefnt að helstu endursöluaðilar bóka reka verlanir á ýmsum stöðum á landinu, auk þess sem sumar verlanir bjóða upp á netverlanir, og því sé einnig gagnlegt að líta til stöðu fyrirtækjanna á landinu öllu á viðkomandi mörkuðum. Í þessari skýrslu verður fyrst og fremst miðað við landið allt.

## 3. Markaðshlutdeild

102. Til þess að leggja mat á hlutdeild aðila á markaði styðst Samkeppniseftirlitið jafnan við upplýsingar frá hlutaðeigandi fyrirtækjum um tekjur þeirra vegna sölu á vöru og/eða þjónustu sem um ræðir á síðasta heila almanaksári eða eftir atvikum fleiri undangengnum árum, sbr. t.d. ársreikninga eða árshlutauppgjör eða nánari sundurliðun á tekjum eftir því sem við á í hverju máli.
103. Við rannsókn á mörkuðum fyrir bækur á íslensku, haustið 2020, sendi Samkeppniseftirlitið upplýsingabeiðni til til bókaútgefenda og bóksala, þar sem óskað var eftir veltutölum fyrir árin 2018, 2019 og fyrstu fimm mánuði ársins 2020 vegna útgáfu bóka annars vegar og smásölu bóka hins vegar. Jafnframt var óskað eftir því að sölutölurnar væru sundurliðaðar eftir því hvort um var að ræða bækur á íslensku eða öðrum tungumálum, og hvort um væri að ræða hljóðbækur, rafbækur eða prentaðar bækur. Fyrr á árinu hafði Samkeppniseftirlitið rannsakað smásölumarkað bóka sérstaklega<sup>12</sup> og hafði þá aflað veltuupplýsinga frá nokkrum smásölum sem einungis selja prentaðar bækur, og var upplýsingabeiðnin því ekki send til þeirra.<sup>13</sup> Beiðnin var send út þann 8. september 2020 og svör bárust á tímabilinu 9. september til 4. nóvember 2020.
104. Til viðbótar greindi Samkeppniseftirlitið markaðshlutdeild á útgáfumarkaði einnig út frá kaupendahlíð, og sendi aðra upplýsingabeiðni til smásala bóka, þar sem bóksalar voru beðnir

<sup>12</sup> Sjá ákvörðun Samkeppniseftirlitsins til bráðabirgða nr. 1/2020, *Sennileg misnotkun Pennans ehf. á markaðsráðandi stöðu*.

<sup>13</sup> Þessir smásalar eru Samkaup, Costco, Hagar, Sunnan 4, Kaupfélags Skagfirðinga, A4 og Mál og menning.



um innkaupsverð bóka niðurgreint eftir útgáfufyrirtækjum árin 2018, 2019 og fyrstu fimm mánuði ársins 2020. Sú upplýsingabeirni var send til 10 smásala bóka<sup>14</sup> sem voru samtals með [85-90]% hlutdeild í smásölu prentaðra bóka á íslensku árið 2019 (aðrir aðilar sem selja bækur í smásölu eru aðallega bókaforlög sem selja eigin bækur beint til neytenda). Beiðnin var send út 24. september 2020 og ítrekuð nokkrum sinnum, en svör bárust á tímabilinu 28. september til 5. nóvember 2020.

105. Við rannsóknina aflaði Samkeppniseftirlitið jafnframt gagna frá erlendum aðilum sem gefa út eða selja bækur á íslensku, en þar er aðallega um að ræða hljóð- og rafrækur.
106. Í umfjöllun hér á eftir er lögð megináhersla á hlutdeild ársins 2019, þar sem markaðir fyrir útgáfu og smásölu bóka eru árstíðabundnir, bóksala fer að miklu leyti fram í aðdraganda jóla.

### 3.1. Hlutdeild í smásölu og útgáfu og heildsölu bóka á íslensku, óháð útgáfuformi

#### 3.1.1. Útgáfa og heildsala

107. Líkt og fram kemur í kafla 2.4 telur Samkeppniseftirlitið að skipta megi mörkuðum fyrir bækur upp eftir formi bóka. Samkeppniseftirlitið telur þó gagnlegt að skoða einnig hlutdeild markaðsaðila fyrir útgáfu bóka á íslensku ef ekki er greint á milli forms bóka.
108. Í töflu 1 kemur fram hlutdeild aðila þegar markaðir fyrir útgáfu og heildsölu á prentuðum bókum, hljóðbókum eða rafrækum eru skoðaðir saman sem ein heild.

Tafla 1. Hlutdeild í útgáfu og heildsölu bóka á íslensku óháð útgáfuformi árið 2018 og 2019.

Útgáfa og heildsala á bókum á íslensku óháð útgáfuformi		
	2018	2019
Forlagið	[35-40]%	[35-40]%
Bjartur	[15-20]%	[10-15]%
Storyside	[0-5]%	[10-15]%
Sögur útgáfa	[5-10]%	[5-10]%
BF-útgáfa ehf.	[5-10]%	[5-10]%
Aðrir (innan við 5%) <sup>15</sup>	[30-35]%	[30-35]%
<b>Samtals</b>	<b>[100,00]%</b>	<b>[100,00]%</b>

109. Ef horft er til hlutdeildar aðila í útgáfu prentaðra, hljóð- og rafrækna nam veltan á markaðnum um [1,5-2] ma.kr. árið 2019. Forlagið var stærsti aðili á markaðnum með [35-40]% hlutdeild. Bjartur/Veröld kom þar á eftir með [10-15]% hlutdeild og Storyside var þriðji stærsti aðilinn með [10-15]% hlutdeild. Nokkur vöxtur var í hlutdeild Storyside á milli áráanna 2018 og 2019, en hlutdeild fyrirtækisins hækkaði úr [0-5]% í [10-15]%, en útgáfutekjur fyrirtækisins voru eingöngu vegna hljóðbóka. Þessi aukning er til marks um þá þróun að vægi hljóðbóka hefur verið að aukast.

<sup>14</sup> Penninn, Festi (N1 og Krónan), Heimkaup, Samkaup, Bóksala stúdentna, A4, Hagar (Bónus og Hagkaup), Kaupfélag Skagfirðinga, Costco og Forlagið.

<sup>15</sup> Aðilar með innan við 5% hlutdeild eru, raðað frá hæstu hlutdeild til þeirrar lægstu: Ugly útgáfa, Bókabeitan, Háskólaútgáfan, Útgáfuhúsið Verðandi (Salka) Benedikt bókaútgáfa, N29/Drápa, Edda útgáfa, Skrudda, Setberg, Angústúra, Iðnú, Óðinsauga, Ásútgáfan, Hljóðbók.is, Rósakot, Hið íslenska bókmenntafélag, Froskur og Saga Egmont.





### 3.1.2. Smásala

110. Í töflu 2 má sjá hlutdeild aðila í smásölu á bókum án aðgreiningar eftir formi þ.e. hvort um er að ræða prentaðar bækur, hljóðbækur eða rafbækur. Hér er miðað við smásölu bóka í víðum skilningi, smásala bókaforlaga á eigin bókum er talin til markaðarins, sem og bókaverslanir, stórmarkaðir og aðilar sem selja rafbækur eða hljóðbækur á rafrænu formi.

Tafla 2. Hlutdeild í smásölu á bókum á íslensku óháð útgáfuformi árið 2018 og 2019

Almenn smásala á bókum á íslensku óháð útgáfuformi		
	2018	2019
Penninn ehf	[45-50]%	[40-45]%
Hagar	[15-20]%	[15-20]%
Storytel	[5-10]%	[15-20]%
Bjartur	[5-10]%	[5-10]%
Forlagið	[5-10]%	[0-5]%
Aðrir (innan við 5%) <sup>16</sup>	[15-20]%	[15-20]%
<b>Samtals</b>	<b>[100,00]%</b>	<b>[100,00]%</b>

111. Markaður fyrir smásölu bóka á íslensku velti [3,0-3,5] ma.kr. árið 2019. Penninn Eymundsson var stærsti aðilinn á markaðnum, með [40-45]% hlutdeild, en þar á eftir komu Hagar með [15-20]% og svo Storytel með [15-20]% hlutdeild.

## 3.2. Markaðir fyrir útgáfu og heildsölu bóka á íslensku<sup>17</sup>

### 3.2.1. Prentaðar bækur

112. Markaðshlutdeild á markaði fyrir útgáfu og heildsölu prentaðra bóka á íslensku, miðað við veltutölur frá útgefendum, má sjá í töflu 3.

Tafla 3. Markaðshlutdeild á markaði fyrir útgáfu og heildsölu prentaðra bóka á íslensku árið 2018 og 2019. Reiknað út frá veltutölum frá bókaútgefendum

Útgáfa og heildsala prentaðra bóka á íslensku		
	2018	2019
Forlagið	[35-40]%	[35-40]%
Bjartur	[15-20]%	[10-15]%
Sögur útgáfa	[5-10]%	[5-10]%
BF-útgáfa ehf	[5-10]%	[5-10]%
Aðrir (innan við 5%) <sup>18</sup>	[30-35]%	[30-35]%
<b>Samtals</b>	<b>[100,00]%</b>	<b>[100,00]%</b>

<sup>16</sup> Aðilar með innan við 5% hlutdeild eru, raðað frá hæstu hlutdeild til þeirrar lægstu: A4, Heimkaup, Edda útgáfa, Bóksala stúdenta, Samkaup, lónú, Mál og menning, Costco, Sunnan 4, Hlusta.is, Kaupfélag Skagfirðinga, Angústúra, Ásútgáfan, Sögur útgáfa, Háskólaútgáfan, Rósakot, BF-útgáfa, Skrudda, Hið íslenska bókmenntafélag, Útgáfuhúsið Verðandi (Salka) og Hljóðbók.is

<sup>17</sup> Það athugast að ekki eru birtar hlutdeildartölur á markaði fyrir útgáfu rafbóka en markaðurinn virðist vera afar smár í sniðum og ekki bærust fullnægjandi veltuupplýsingar frá útgefendum.

<sup>18</sup> Aðilar með innan við 5% hlutdeild eru, raðað frá hæstu hlutdeild til þeirrar lægstu: Bókabeitan, Háskólaútgáfan, Ugly útgáfa, Útgáfuhúsið Verðandi (Salka), Benedikt bókaútgáfa, Edda útgáfa, Skrudda, N29/Drápa, Setberg, Angústúra, lónú, Óðinsauga, Ásútgáfan, Rósakot, Hið íslenska bókmenntafélag og Froskur.



113. Heildarvelta á markaði fyrir útgáfu og heildsölu á bókum á íslensku var [1,5-2,0] ma.kr. árið 2019. Forlagið var með hæsta markaðshlutdeild, [35-40]%. Hlutdeild Forlagsins var langtum hærrí en annarra markaðsaðila, u.þ.b. þreföld á við Bjart Veröld sem kom þar á eftir með [10-15]%, rúmlega fimmföld á við Sögur útgáfu sem var með þriðju hæstu hlutdeildina, [5-10]%, og rúmlega sexföld á við BF útgáfu sem var með [5-10]%. Aðrir aðilar á markaðnum voru með innan við 5% markaðshlutdeild.
114. Í töflu 4 má sjá markaðshlutdeild miðað við innkaupsverð smásala.

**Tafla 4.** Markaðshlutdeild á markaði fyrir útgáfu og heildsölu prentaðra bóka á íslensku árið 2018 og 2019. Reiknað út frá innkaupsverði hjá smásölum bóka.

<b>Útgáfa og heildsala prentaðra bóka á íslensku, markaðshlutdeild m.v. innkaupsverð smásala</b>		
	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Forlagið ehf.	[35-40]%	[35-40]%
Bjartur bókaforlag / Veröld ehf.	[10-15]%	[10-15]%
Sögur útgáfa ehf.	[5-10]%	[5-10]%
Aðrir (innan við 5%)	[40-45]%	[40-45]%
<b>Samtals</b>	<b>[100,00]%</b>	<b>[100,00]%</b>

115. Sé hlutdeild áætluð á grunni innkaupsverðs hækkar heildarveltan nokkuð, enda eru hér mun fleiri aðilar undir, s.s. fyrirtæki, sveitarfélög, stofnanir, félagasamtök og einstaklingar sem gefa út bækur og selja í bókaverslunum. Raunar telur Samkeppniseftirlitið þessa nálgun vanmeta raunverulega markaðshlutdeild þeirra fyrirtækja sem atkvæðamest eru á útgáfumarkaði fyrir prentaðar bækur, þar sem líklegt er að þarna séu meðtaldar bækur sem falli ekki undir þá markaðsskilgreiningu sem lögð er til grundvallar, en meðal útgefenda í þessum gögnum eru sveitarfélög (t.a.m. Reykjavíkurborg, Garðabær og Vestmannaeyjabær), stofnanir (t.a.m. Ríkisskattstjóri, Samgöngustofa og Landlæknisembættið), félagasamtök (t.a.m. Bændasamtök Íslands, ADHD samtökin og Samtök ferðapjónustunnar), söfn (t.a.m. Listasafn Reykjavíkur, Listasafn Íslands og Þjóðminjasafnið). Auk þeirra er mikill fjöldi einstaklinga sem gefa út bækur en þeir veita eiginlegum bókaútgefendum takmarkað samkeppnislegt aðhald. Tæplega 700 aðilar seldu prentaðar bækur á íslensku í heildsölu árið 2019, og heildarinnkaupsverð var [1,5-2,0] ma.kr. Í töflunni eru einungis birtar upplýsingar um fyrirtæki með hærri hlutdeild en 5%.
116. Forlagið var með hæsta hlutdeild reiknað út frá innkaupsverði smásala, [35-40]%, sem er áþekk og hlutdeild reiknuð út frá tekjum útgefanda. Líkt og með hlutdeild út frá tekjum útgefanda, er hlutdeild Forlagsins langtum hærrí en annarra markaðsaðila, um þreföld á við Bjart Veröld sem er með næsthæsta hlutdeild, [10-15]%, tæplega sexföld á við Sögur útgáfu sem er með [5-10]% og tæplega níuföld á við BF útgáfu sem var með [0-5]%.

### 3.2.2. Hljóðbækur

117. Í töflu 5 má sjá hlutdeild aðila á markaði fyrir útgáfu og heildsölu hljóðbóka á íslensku.



Tafla 5. Markaðshlutdeild á markaði fyrir útgáfu og heildsölu hljóðbóka á íslensku árið 2018 og 2019

Útgáfa og heildsala hljóðbóka á íslensku		
	2018	2019
Storyside	[70-75]%	[80-85]%
Hljóðbók.is	[20-25]%	[10-15]%
Forlagið	[0-5]%	[0-5]%
Ugla útgáfa ehf.	[0,00]%	[0-5]%
N29 / Drápa	[0-5]%	[0-5]%
Saga Egmont	[0,00]%	[0-5]%
Bókabeitan	[0-5]%	[0-5]%
<b>Samtals</b>	<b>[100,00]%</b>	<b>[100,00]%</b>

118. Markaður fyrir útgáfu hljóðbóka velti [200-250] m.kr. árið 2019. Þessi markaður er í örum vexti, en á milli árunna 2018 og 2019 þrefaldaðist veltan á þessum markaði. Storyside, sem er útgáfuarmur Storytel, er með langhæsta hlutdeild í útgáfu hljóðbóka, [80-85]%, Hljóðbók.is er með [10-15]% en aðrir aðilar með innan við 5%.

### 3.3. Markaðir fyrir smásölu bóka á íslensku

#### 3.3.1. Prentaðar bækur

119. Í töflu 6 má sjá hlutdeild aðila á markaði fyrir smásölu á prentuðum bókum. Í þessari umfjöllun er horft á markaðinn í víðum skilningi, og meðtalin velta bókaverslana, stórmarkaða, íslenskra netverslana og eigin smásala bókaútgefenda. Jafnframt er horft á landfræðilega markaðinn sem landið allt, en að mati Samkeppniseftirlitsins getur komið til álita að líta þrengra á landfræðilega markaði fyrir smásölu bóka.

Tafla 6. Hlutdeild í smásölu prentaðra bóka árið 2018 og 2019

Smásala prentaðra bóka á íslensku		
	2018	2019
Penninn	[50-55]%	[50-55]%
Hagar	[15-20]%	[15-20]%
Bjartur	[5-10]%	[5-10]%
Forlagið	[5-10]%	[5-10]%
Aðrir (innan við 5%) <sup>19</sup>	[15-20]%	[15-20]%
<b>Samtals</b>	<b>[100,00]%</b>	<b>[100,00]%</b>

120. Velta á markaði fyrir smásölu prentaðra bóka árið 2019 var [2,5-3,0] ma.kr. Penninn var með rúmlega helmingshlutdeild, [50-55]%, en næst á eftir komu Hagar með [15-20]%. Þar á eftir komu tvö bókaforlög með [5-10]% hlutdeild, Bjartur og Forlagið. Aðrir aðilar eru með innan við 5% hlutdeild.

<sup>19</sup> Aðilar með innan við 5% hlutdeild eru, raðað frá hæstu hlutdeild til þeirrar lægstu: A4, Edda útgáfa, Bóksala stúdenta, Heimkaup, Samkaup, Iðnú, Mál og menning, Costco, Sunnan 4, Kaupfélag Skagfirðinga, Angústúra, Ásútgáfan, Sögur útgáfa, Háskólaútgáfan, Rósakot, BF-útgáfa, Skrudda, Hið íslenska bókmenntafélag og Útgáfuhúsið Verðandi (Salka)



### 3.3.2. Hljóðbækur

121. Í töflu 7 má finna markaðshlutdeild fyrirtækja sem starfa á markaði fyrir smásölu hljóðbóka. Hér er ekki gerður greinarmunur á því hvort um er að ræða áskrift af streymisþjónustu fyrir hljóðbækur, eintakasölu á stafrænu formi eða eintakasölu á ábreifanlegu formi, t.a.m. á geisladiskum.

Tafla 7. Markaðshlutdeild á markaði fyrir smásölu hljóðbóka á íslensku árið 2018 og 2019

Smásala hljóðbóka á íslensku		
	2018	2019
Storytel	[85-90]%	[95-100]%
Hlusta.is	[10-15]%	[0-5]%
Sögur útgáfa	[0-5]%	[0-5]%
Forlagið	[0-5]%	[0-5]%
Útgáfuhúsið Verðandi (Salka)	[0,00]%	[0-5]%
<b>Samtals</b>	<b>[100,00]%</b>	<b>[100,00]%</b>

122. Velta á markaði fyrir smásölu hljóðbóka árið 2019 var [500-600] m.kr. Markaðurinn er í örum vexti, en til samanburðar var veltan árið 2018 [100-200] m.kr.
123. Storytel er í yfirburðastöðu á markaði fyrir smásölu hljóðbóka með [95-100]% hlutdeild. Hlusta.is er með [0-5]% hlutdeild, en aðrir aðilar eru bókaútfendur sem hver er með innan við 1% hlutdeild.

### 3.3.3. Rafbækur

124. Í töflu 8 má sjá markaðshlutdeild fyrirtækja sem starfa á smásölumarkaði fyrir rafbækur, út frá veltuupplýsingum þeirra fyrirtækja sem svöruðu upplýsingabeiðni Samkeppniseftirlitsins og kváðust selja rafbækur.

Tafla 8. Markaðshlutdeild á markaði fyrir smásölu rafbóka á íslensku árið 2018 og 2019

Smásala rafbóka á íslensku		
	2018	2019
Heimkaup	[50-55]%	[60-65]%
Forlagið	[30-35]%	[25-30]%
Ásútgáfan ehf	[5-10]%	[5-10]%
Bjartur	[0-5]%	[0-5]%
<b>Samtals</b>	<b>[100,00]%</b>	<b>[100,00]%</b>

125. Markaður fyrir smásölu rafbóka á íslensku er smár, um [20-30] m.kr. árið 2019, en fjögur fyrirtæki af þeim bóksölum og bókaútfendum sem Samkeppniseftirlitið óskaði eftir upplýsingum frá kváðust hafa selt rafbækur í smásölu. Af þeim var Heimkaup stærst með [60-65]% hlutdeild, Forlagið kom þar á eftir með [25-30]% hlutdeild, síðan Ásútgáfan með [5-10]% og loks Bjartur með [0-5]%.

## 4. Samþjöppun

126. Auk markaðshlutdeildar líta samkeppnisyfirvöld einnig til samþjöppunar á markaðnum í heild sinni þegar skýra á samkeppnislega stöðu á markaði. Til að meta samþjöppun á einstökum



mörkuðum og hættu á samkeppnishömlum styðjast samkeppnisyrirvöld oft við mælikvarða sem nefnist Herfindahl-Hirschman Index (HHI), samanber t.d. dóm Hæstaréttar í máli nr. 277/2012, *Stjórnugrís hf. og Arion banki hf. gegn Samkeppniseftirlitinu o.fl.*, þar sem í forsendum dómsins var fallist á að beiting hins svokallaðs HHI-stuðuls við mat samkeppnisyrivalda á samþjöppun á markaði teljist málefnaleg og í samræmi við lögbundin og venjubundin viðmið í samkeppnisrétti. Á mörkuðum sem einkennast af krosseignatengslum eða sameiginlegu eignarhaldi, þ.e. þegar hluthafar (eigendur) fyrirtækis eiga jafnframt eignarhluti í keppinautum þess, þá getur hefðbundinn HHI-stuðull vanmetið samþjöppunina á markaðnum. Í þeim tilvikum er hægt að styðjast við svokallaðan MHHI-stuðul (e. *Modified HHI*).<sup>20</sup>

127. HHI-stuðullinn er reiknaður með því að leggja saman ferningstölur markaðshlutdeildar (þ.e. markaðshlutdeild í öðru veldi) þeirra fyrirtækja sem starfa á viðkomandi markaði. HHI stuðullinn tekur saman dreifinguna á stærð fyrirtækjanna á markaðnum í eina tölu, en gildi hans getur legið á milli 0 og 10.000. Því hærra sem það er þeim mun meiri er samþjöppun markaðarins. Þannig tekur stuðullinn gildið 10.000 sé einungis eitt fyrirtæki á markaðnum með 100% markaðshlutdeild ( $100^2=10.000$ ), en nálgast 0 ef á markaðnum starfar fjöldi fyrirtækja sem hvert um sig hefur mjög litla markaðshlutdeild. Gildi stuðulsins hækkar annars vegar þegar fjöldi fyrirtækja á markaðnum dregst saman, s.s. vegna samruna, og hins vegar þegar munur á markaðshlutdeild fyrirtækja á markaðnum eykst.
128. Í viðmiðunarreglum framkvæmdastjórnar Evrópusambandsins vegna láréttra samruna er umfjöllun um HHI stuðulinn.<sup>21</sup> Í viðmiðunarreglunum er talið ólíklegt að samruni hafi í för með sér samkeppnishömlur þegar gildi HHI-stuðulsins eftir samruna er undir 1.000. Sama á við sé gildið á milli 1.000 og 2.000 og áhrif samrunans undir 250 stigum eða gildið yfir 2.000 og áhrif samrunans undir 150 stigum. Þetta á þó ekki við þegar um er að ræða:
- Samruna við fyrirtæki sem er mögulegur eða nýr keppinautur á markaði.
  - Samruna við fyrirtæki sem hefur verið í fararbroddi með nýjungar á markaði enda þótt það hafi ekki haft í för með sér aukna markaðshlutdeild.
  - Verulegt krosseignarhald markaðsaðila.
  - Samruna við keppinaut, svokallað „maverick“ fyrirtæki, sem er mjög líklegur til að raska samhæfðri hegðun á markaðnum.
  - Vísbendingar um að samræmdar aðgerðir hafi átt eða eigi sér stað.
  - Samruna við fyrirtæki sem hefur a.m.k. 50% markaðshlutdeild.
129. Bandarísk samkeppnisyrirvöld telja að unnt sé að flokka markaði gróflega í þrennt eftir gildi HHI stuðulsins.<sup>22</sup> Sé HHI undir 1.500, telst markaður ekki vera samþjappaður, sé stuðullinn á milli 1.500 og 2.500 telst markaður vera nokkuð samþjappaður, en sé stuðullinn yfir 2.500 er það vísbending um mjög mikla samþjöppun á markaðinum.

<sup>20</sup> Nánari umfjöllun þetta atriði má finna í Viðauka 5 við ákvörðun framkvæmdastjórnar ESB frá 27. mars 2017 í máli nr. M.7932 Dow/DuPont, „Annex 5 to the Commission Decision – Assessment of the effects of common shareholding on market shares and concentration measures.“

<sup>21</sup> Sjá „Guidelines on the assessment of horizontal mergers under the Council Regulation on the control of concentrations between undertakings“ (2004/C 31/03), Official Journal (C 31, 05.02.2004).

<sup>22</sup> Sjá „Horizontal Merger Guidelines“ (08/19/2010) á vefsíðu The US Department of Justice, <https://www.justice.gov/atr/horizontal-merger-guidelines-08192010>



130. Tafla 9 sýnir samþjöppun á þeim mörkuðum sem hér eru til umfjöllunar, birt í formi HHI stuðla sem reiknaðir eru út frá markaðshlutdeildartölum árið 2019.

**Tafla 9.** Samþjöppun á mörkuðum fyrir bækur, HHI stuðlar reiknaður út frá markaðshlutdeild árið 2018 og 2019

Samþjöppun (HHI)		
Markaður	2018	2019
Útgáfa og heildsala á bókum á íslensku, óháð útgáfuformi	1.786	1.630
Útgáfa og heildsala á prentuðum bókum á íslensku		
Miðað við veltutölur frá bókaútfendum	1.919	1.923
Miðað við innkaupsverð smásala	1.614	1.620
Útgáfa og heildsala á hljóðbókum á íslensku	5.665	6.795
Útgáfa og heildsala á rafbókum á íslensku	7.052	7.608
Smásala á bókum á íslensku, óháð útgáfuformi	2.608	2.337
Smásala á prentuðum bókum á íslensku	2.976	3.042
Smásala á hljóðbókum á íslensku	7.515	9.052
Smásala á rafbókum á íslensku	4.193	4.882

131. Enginn af þeim mörkuðum sem hér eru til skoðunar getur talist einkennast af lítilli eða engri samþjöppun. Ef horft er á heildarmarkaðar fyrir útgáfu bóka á íslensku, telst hann vera nokkuð samþjappaður, enda gildi HHI stuðuls 1.630 árið 2019. Sama er hægt að segja um markaðinn fyrir útgáfu prentaðra bóka þar sem gildi stuðulsins er 1.620 eða 1.923, eftir því hvort miðað er við markaðinn út frá veltutölum útgefenda eða innkaupsverði smásala, en útgáfumarkaðir fyrir hljóðbækur og rafbækur einkennast af mjög mikilli samþjöppun, 6.795 og 7.608 stig árið 2019. Ljóst er að út frá viðmiðunarreglum framkvæmdastjórnarinnar er líklegt að mögulegir samrunar þar sem stærri aðilar á þessum mörkuðum kæmu að þyrftu ítarlega skoðun samkeppnisyfirvalda, enda þyrfti ekki mikla breytingu í samþjöppun til að slíkir samrunar gætu haft skaðleg áhrif á samkeppni.
132. Samþjöppun er enn meiri á smásölumörkuðum fyrir bækur á íslensku en útgáfumörkuðum, og er alls staðar yfir 2.000 stiga viðmiði framkvæmdastjórnarinnar. Samþjöppun er sérstaklega mikil á markaði fyrir smásölu hljóðbóka, 9.052 stig, sem er mjög nærri hámarksgildi HHI stuðulsins, 10.000. Það helgast af því að eitt fyrirtæki, Storytel, er með mjög yfirgnæfandi stöðu á markaðnum.

## 5. Breidd í vöruúrvali á markaði fyrir útgáfu bóka á íslensku

133. Við mat á markaðsstyrk getur verið gagnlegt að skoða hvort fyrirtæki búi við breiddarhagkvæmni (e. *economies of scope*) þegar þau geta sparað kostnað vegna aukinnar skilvirkni sem verður við það að framleiða, dreifa og selja tvær eða fleiri vörur í stað einnar. Þessi hagkvæmni getur t.d. falist í samnýtingu á aðföngum, framleiðslutækjum og dreifileiðum.<sup>23</sup> Þegar fyrirtæki sem fyrir eru á markaðnum búa við breiddarhagkvæmni (sérstaklega ef þau eru markaðsráðandi) getur hún falið í sér aðgangshindrun fyrir nýja keppinauta sem ætla sér að koma inn á markaðinn og framleiða t.d. einungis eina vöru.<sup>24</sup> Jafnvel þó að kostnaðaruppygging

<sup>23</sup> Sjá Skýrslu Samkeppniseftirlitsins nr. 2/2008 *Öflug uppbygging – opnun markaða og efling atvinnustarfsemi*.

<sup>24</sup> Áfrýjunarnefnd samkeppnismála hefur í úrskurði staðfest að breiddarhagkvæmni hafi þýðingu við mat á markaðsráðandi stöðu, sbr. úrskurð nefndarinnar í máli nr. 4/2007 *Icelandair ehf. gegn Samkeppniseftirlitinu*.



þeirra sé eins hagkvæm og unnt er, ná þau tæpast sömu hagkvæmni og það fyrirtæki sem fyrir er og framleiðir fleiri vörutegundir. Þá hefur í samkeppnisrétti verið litið til þess að ef fyrirtæki við samruna öðlast breiða vörulínu (e. *portfolio effects*, *portfolio power*) getur það fært viðkomandi fyrirtæki afar mikinn styrkleika og aukna möguleika til að beita samvinnun og vöndlun viðskipta sem á endanum getur leitt til útilokunaráhrifa (e. *foreclosure*).<sup>25</sup> Þá hefur styrkur vegna mikils vöruúrvals einnig verið m.a. talinn leiða til aukins svigrúms í verðlagningu og stærðarhagkvæmni í dreifingu og markaðsstarfi.<sup>26</sup>

134. Í ákvörðun nr. 47/2017 vegna beiðni Forlagsins um endurupptöku ákvörðunar nr. 8/2008 tók eftirlitið til ítarlegrar skoðunar íslenska bókamarkaðinn og komst að þeirri niðurstöðu að Forlagið væri í markaðsráðandi stöðu. Áfrýjunarnefnd samkeppnismála staðfesti síðar ákvörðunina með úrskurði í máli nr. 1/2018. Í ákvörðuninni tók Samkeppniseftirlitið til skoðunar breidd Forlagsins í vöruúrvali og komst að þeirri niðurstöðu að mikil breidd í vöruúrvali Forlagsins umfram keppinauta árin 2015 og 2016 (tölur 6 og 7 í ákvörðuninni) gæfi vísbendingar um mikinn markaðsstyrk fyrirtækisins. Fram kom í ákvörðuninni það mat eftirlitsins að Bókatiðindi sem Félag íslenskra bókaútgefenda (FÍBÚT) gefur út veitti góða vísbendingu um það hverjir störfuðu á bókaútgáfumarkaði á hverjum tíma og hvert vöruúrval þeirra væri.
135. Þá komu fram upplýsingar frá FÍBÚT í tengslum við athugun á fyrirhuguðum samruna Forlagsins og Storytel að í Bókatiðindum væru birtar um 70-80% af prentuðum bókum sem gefnar væru út og dreift á almennum markaði á Íslandi, sbr. fylgiskjal 4 með athugasemdum samrunaaðila frá 11. desember 2020. Í Bókatiðindum eru útgefnar bækur flokkaðar í efnisflokkum sem eftir atvikum geta endurspeglad ákveðna sérhæfingu í starfsemi útgefenda.
136. Í tölum 10 og 11 koma fram upplýsingar um fjölda útgefna bóka, sundurliðað eftir forlögum, fyrir árin 2019 og 2020. Í tölunum er fjöldi bóka í hverjum efnisflokkum sundurliðaður, eftir flokkun í Bókatiðindum. Til að tölurnar séu skýrar eru þar einungis tilgreindir þeir útgefendur sem gáfu út átta bókartitla eða fleiri, en fjöldi titla annarra útgefenda er tekinn saman undir liðnum „aðrir“.<sup>27</sup> Nánast allir þessir aðilar gáfu einungis út bækur í 1-3 flokkum hver.<sup>28</sup>
137. Samkeppniseftirlitið telur rétt að taka fram að ekki skuli líta á þessar tölur sem yfirlit yfir markaðshlutdeild aðila, heldur er tilgangur þeirra einungis að bera saman breidd í vöruúrvali.

<sup>25</sup> Sjá t.d. ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 23/2012 *Samruni Veritas Capital hf. Fastusar ehf. og Aðalkots ehf.* Sjá t.d. einnig Hewitt, Gary, *Portfolio Effects in Conglomerate Mergers* (January 24, 2002). Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD). Best Practice Roundtables in Competition Policy No. 37. Sjá ennfremur Cook og Kerse, *EC Merger Control*, fimmta útgáfa 2009, bls. 253.

<sup>26</sup> Sjá hér t.d. ákvörðun framkvæmdastjórnar Evrópusambandsins frá 15. október 1997 í máli nr. IV/M.938 *Guinness/GrandMet*. Í ákvörðuninni segir m.a. (mgr. 40): „*The holder of a portfolio of leading spirit brands may enjoy a number of advantages. In particular, his position in relation to his customers is stronger since he is able to provide a range of products and will account for a greater proportion of their business, he will have greater flexibility to structure his prices, promotions and discounts, he will have greater potential for tying, and he will be able to realise economies of scale and scope in his sales and marketing activities. Finally the implicit (or explicit) threat of a refusal to supply is more potent.*“

<sup>27</sup> Árið 2020 falla 74 aðilar undir „aðrir“, og árið 2019 voru það 84 aðilar.

<sup>28</sup> Undantekningar árið 2019 voru Vestfirski forlagið, sem gaf samtals út 6 bækur í 4 flokkum – barnabækur skáldverk, saga, ættfræði og héraðslýsingar, fræði og bækur almenns efnis, útivist, tómsundur og íþróttir – og Edda útgáfa, sem gaf samtals út 6 bækur í fjórum flokkum – barnabækur myndskreyttar, barnabækur skáldverk, matur og drykkur, fræði og bækur almenns efnis.

Undantekningar árið 2020 voru Nýhöfn, sem gaf samtals út 6 bækur í 5 flokkum – barnabækur skáldverk, skáldverk þýdd, listir og ljósmyndir, ævisögur og endurminningar, fræði og bækur almenns efnis – og LEÓ bókaútgáfa sem gaf út 6 bækur í 5 flokkum – barnabækur myndskreyttar, barnabækur skáldverk, skáldverk íslensk, ljóð og leikrit, fræði og bækur almenns efnis.



**Tafla 10.** Fjöldi útgefna bóka sundurliðað niður á útgefendur og efnisflokkar samkvæmt Bókatíðindum árið 2019

2019	Barnabækur myndskreyttar	Barnabækur skáldverk	Barnabækur fræði og almenns eðlis	Ungmennabækur	Skáldverk – ísl.	Skáldverk - þýdd	Ljóð og leikrit	Listir og ljósmyndir	Saga, ættfr. og héraðslýs.	Ævisögur og endurminningar	Matur og drykkur	Fræði og bækur alm. efnis	Útivist, tómst. og íþróttir	Alls
Forlagið	6	24	3	5	26	20	15	1		7	1	28	2	138
Bjartur - Veröld		3	1	2	18	12	3		1	4		5		49
Bókaútgáfan Sæmundur	1	3			13	4	9		2	4		5		41
Bókab./Björt/Töfral.	4	13	1	3	2	2					2			27
Háskólaútgáfan						1	1					21		23
Ugla	5	1		3		8				1		5		23
Sögur útgáfa	2	4	3		5	4				1		3		22
Storytel*		2			10	5				4				21
Alm.bf./Bókaf./Unga	5	5				2	1			2		3		18
Benedikt bókaútgáfa		1			3	6	1			3	1			15
Setberg bókaútgáfa	12		2										1	15
Hið íslenska bókmenntafélag								1				13		14
Dimma	2	1		1	2	2	4	1						13
Angústúra		6			1	5								12
Óðinsauga útgáfa	3	6	2									1		12
Salka / Útgáfuhúsið Verðandi	3	1	3		3					1	1			12
Bókaútgáfan Hólar		2	2	1			1			1		4		11
Drápa	1	1	2	3		3						1		11
Nýhöfn		3					2	2				2	1	10
Skrudda					1	1	2			1		3	1	9
Aðrir (84 aðilar)	11	15	3	8	11	3	22	9	3	8	4	49	4	150
<b>Samtals</b>	<b>55</b>	<b>91</b>	<b>22</b>	<b>26</b>	<b>95</b>	<b>78</b>	<b>61</b>	<b>14</b>	<b>6</b>	<b>37</b>	<b>9</b>	<b>143</b>	<b>9</b>	<b>646</b>





**Tafla 11.** Fjöldi útgefna bókanna sundurliðað niður á útgefendur og efnisflokkum samkvæmt Bókatíðindum árið 2020

2020	Barnabækur myndskreyttar	Barnabækur skáldverk	Barnabækur fræði og almenns eðlis	Ungmennabækur	Skáldverk - ísl.	Skáldverk - býdd	Ljóð og leikrit	Listir og ljósmyndir	Saga, ættfr. og héraðslýs.	Ævisögur og endurminningar	Matur og drykkur	Fræði og bækur alm. efnis	Útivist, tómst. og íþróttir	Alls
Forlagið	10	21	1	4	25	19	7	1	1	5	2	9	2	107
Bjartur - Veröld		2		5	10	9	5			3		6		40
Setberg bókaútgáfa	25		4										7	36
Háskólaútgáfan						5			1			25		31
Bókaútgáfan Sæmundur	1		1		8	1	5		1	3		10		30
Ugla	7	2		2	1	8	1			2		6		29
Sögur útgáfa	4	5			4	4	1					6	3	27
Storytel*		3		2	7	6				1		3		22
Alm.bf./Bókaf./Unga	12	6						1	1			2		22
Hið íslenska bókmenntafélag												20		20
Óðinsauga útgáfa	3	8	2		2	1						1	1	18
Bókab./Björt/Töfral.	2	9		2	1	1				1				16
Skrudda	2				2		4			5		3		16
Benedikt bókaútgáfa			1		3	4	5			1		1		15
Salka / Útgáfuhúsið Verðandi	4	2	1		1						1	5		14
Drápa	4	2	1	1		5							1	14
Angústúra	1	4	1			7								13
Bókaútgáfan Hólar			2				2	1		1	1	4		11
Dimma	3				1	3	2					1		10
Una útgáfuhús					3	1	4							8
Aðrir (74 aðilar)	13	18	3	2	12	7	22	4	3	10	2	38	4	138
<b>Samtals</b>	<b>91</b>	<b>82</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>80</b>	<b>81</b>	<b>58</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>32</b>	<b>6</b>	<b>140</b>	<b>18</b>	<b>637</b>

\*Ath. flestar bækur Storytel sem auglýstar voru í Bókatíðindum voru útgefna af öðrum bókaforlögum áður eða samhliða.

138. Af töflunum má sjá að Forlagið er með mikla breidd í sinni útgáfu og býður úrval titla í öllum flokkum nema einum. Ljóst er að enginn annar bókútgefandi býr yfir sömu breidd í útgáfu og sérhæfing annarra útgefenda er meiri. Nokkur breidd er þó í útgáfu hjá Bjarti-Veröld, Bókabeitunni og Bókaútgáfunni Sæmundi. Háskólaútgáfan og Hið íslenska bókmenntafélag gefa talsvert út af fræðibókum en lítið sem ekkert í öðrum flokkum.
139. Varðandi markaðinn fyrir hljóðbækur bendir Samkeppniseftirlitið á það sem fram hefur komið um mikla yfirburði Storytel á þeim markaði á Íslandi. Varðandi framboð Storytel má nefna að titlum félagsins er skipt í 18 sérstaka flokka á vef félagsins. Allt frá nýjum metsölubókum til spennusagna, fagurbókmennta, hlaðvarpa eða ævisagna. Hljóðbækurnar má finna á íslensku en jafnframt hljóðbækur á öðrum tungumálum, sem dæmi ensku, sænsku og dönsku.



140. Í tengslum við rannsókn á markaðnum tók Samkeppniseftirlitið jafnframt saman upplýsingar um auglýsta raf- og hljóðbókartitla í kynningarbæklingi Storytel 2020.<sup>29</sup> Samtals voru 163 hljóð- og rafráttitlar kynntir. Storytel og Storytel Original voru með 103 titla en næst á eftir voru Forlagið með 14 titla og svo Ugly með 12. Þegar Samkeppniseftirlitið skoðaði breidd í úrvali er ljóst að Storytel er með mikla breidd í sinni útgáfu og býður úrval í mörgum flokkum.<sup>30</sup>
141. Í samræmi við framangreint er það mat Samkeppniseftirlitsins að þau fyrirtæki sem hæsta markaðshlutdeild hafa á mörkuðum fyrir útgáfu prentaðra bóka annars vegar og hljóðbóka hins vegar, Forlagið og Storytel, búa jafnframt yfir mikilli breidd í vöruúrvali sínu sem er umfram þá breidd sem keppinautar þeirra bjóða upp á. Yfirburðir að þessu leyti styrkja stöðu þeirra.

## 6. Aðgangshindranir

142. Til þess að átta sig á þeim samkeppnislegu aðstæðum sem ríkja á markaði getur verið gagnlegt að skoða hversu auðveld innkoma nýrra aðila á markaðinn er og hvort aðgangshindranir séu til staðar. Aðgangshindranir eru hvers konar hindranir sem gera nýjum keppinauti erfitt fyrir að komast inn á viðkomandi markað, og að komast í slíka stöðu að geta veitt öðrum aðilum á markaðnum samkeppnislegt aðhald. Þessar hindranir geta t.d. verið af lagalegum toga, falist í nauðsyn þess að ná lágmarks stærð svo rekstur verði hagkvæmur, eða í miklum óendurkræfum kostnaði ef innkoma á markaðinn misheppnast. Dæmi um slíkan kostnað er kostnaður við markaðssetningu og kostnaður við rannsóknir og þróun.
143. Hér er mikilvægt að hafa í huga að álitamálið er ekki hvort nýr aðili geti hafið starfsemi á viðkomandi markaði. Álitamálið er hversu líklegt sé að inn á markaðinn komi burðugur keppinautur sem reynist fær um að veita öðrum fyrirtækjum á markaðnum nægilega virka samkeppni þannig að dregið verði úr markaðsstyrk þess eða skaðlegum áhrifum þess á samkeppni.<sup>31</sup> Gera verður þá kröfu að verulegar líkur séu á að nýr og öflugur keppinautur komi inn á markaðinn innan skamms tíma. Í því sambandi skiptir máli að sýnt sé fram á að innkoma nýs keppinautar sé arðvænleg fyrir hann miðað við það verð sem gildi á markaðnum áður en til samruna kom. Í því sambandi verður meðal annars að athuga hvort möguleikar nýrra keppinauta á að hasla sér völl á markaðnum takmarkist af lagalegum eða tæknilegum hindrunum eða stöðu þeirra fyrirtækja sem þegar eru á markaðnum, sbr. láréttu leiðbeiningar framkvæmdastjórnarinnar.
144. Samkeppniseftirlitið hefur fjallað um aðgangshindranir á markaði fyrir útgáfu bóka í fyrri málum. Í ákvörðun nr. 8/2008 sagði m.a.:

*„Ljóst er að staða samrunaaðila á þeim mörkuðum sem máli skipta er afar sterk. Þannig nýtur MM um 40-50% markaðshlutdeild[ar] á almennum bókamarkaði vítt skilgreindum, og JPV um 15-20% hlutdeildar. Samtals njóta fyrirtækin því um 55-60% markaðshlutdeildar miðað við veltu árið 2006. Sé litið til þrengri skilgreiningar og miðað við sölu bókaforlaga til verslana eingöngu er markaðshlutdeild þessara aðila ívið meiri.“*

*Þá benda gögn málsins til þess að samrunaaðilar eigi afar öflugan svonefndan baklista, þ.e.a.s. útgáfuréttindi og birgðir af bókum, eftir ýmsa metsöluhöfunda auk ýmissa uppsláttarrita og stórvirkja. Telur stofnunin að hinn öflugri baklisti samrunaaðila myndi að vissu marki aðgangshindrun að markaði, enda hafi samrunaaðilar yfir að ráða bókatitlum sem spanni mjög*

<sup>29</sup> Í bæklingnum kemur fram að í því megi finna brot af því úrvali raf- og hljóðbóka sem gefnar hafa verið út hjá Storytel á árinu 2020.

<sup>30</sup> Flokkarnir sem koma fram í bæklingnum eru: Barna- og ungmennabækur, skáldsögur, glæpasögur, spennusögur, rómantik, klassískar bókmenntir, vísindaskáldsögur, saga, ævisögur, ljóð og almennar bækur.

<sup>31</sup> Sjá t.d. C.J. Cook og C.S. Kerse, EC Merger Control, 5. útg. 2009, bls. 247 og áfram.



*yfirgripsmikið svið, og eigi því hægt um vik að bregðast við samkeppni af hálfu nýrra forlaga sem komi inn á markaðinn eða af hálfu þeirra forlaga sem þar starfa nú.“*

145. Aftur var fjallað um mögulegar aðgangshindranir á útgáfumarkaðinn í ákvörðun nr. 47/2017 en þar sagði m.a.:

*„Samkeppniseftirlitið getur ekki fallist á þessi sjónarmið. Þó dæmi séu um að litlir útgefendur hafi náð góðum árangri með jafnvel einni bók er ljóst að enginn bókaútgefandi hefur náð að ógna stöðu Forlagsins hvað hlutdeild varðar allt frá því fyrirtækið varð til í núverandi mynd við þann samruna sem fjallað var um í ákvörðun nr. 8/2008. Forlagið hefur því um langt árabil verið með mikla hlutdeild samanborið við keppinauta sína. Er það til marks um að aðgangshindranir séu að markaðnum.“*

146. Þá var í ákvörðuninni vísað til fréttaumfjöllunar þess tíma um virðisaukaskatt á bókum, þar sem FÍBÚT hafði vísað til mikils samdráttar í bóksölu á liðnum árum, og að það væri til þess fallið að auðveldja nýjum aðilum að hasla sér völl á skilgreindum markaði. Í þessu samhengi var nefnd frétt mbl.is frá 17. ágúst 2017 þar sem m.a. var haft eftir formanni félagsins (sem jafnframt var og er ennþá framkvæmdastjóri Forlagsins) að um 11% samdráttur hefði verið í bóksölu á milli árána 2016 og 2015. Frá árinu 2008 hefði samdrátturinn hins vegar numið um 31%. Að mati Samkeppniseftirlitsins voru þessar upplýsingar taldar veita vísbendingar um að aðgangshindranir inn á skilgreindan markað væru jafnvel enn meiri en þær voru þegar ákvörðun nr. 8/2008 var tekin.

147. Við rannsókn á samruna Forlagsins og Storytel haustið 2020 var sett fram það frummat í andmælaskjali að aðstæður á útgáfumarkaði hefðu lítið breyst. Forlagið byggði enn yfir stórum baklistum, hlutdeild fyrirtækisins væri enn margföld á við næstu keppinauta og breidd í vöruúrvali Forlagsins væri umtalsverð í samanburði við helstu keppinauta.

148. Þá telur Samkeppniseftirlitið að jafnvel þó að á hverju ári komi inn nýir útgefendur og nái talsverðri sölu með einstaka titla þá leiði það ekki til þess að ekki sé um hindranir að ræða inn á útgáfumarkaðinn. Reynslan sýnir þvert á móti að mikið þarf að koma til svo bókaforlög geti haslað sér völl og veitt stærri útgefendum á borð við Forlagið raunverulegt samkeppnislegt aðhald til lengri tíma.

149. Í þessu sambandi má sem dæmi nefna Benedikt bókaútgáfu sem kom inn á markaðinn 2016 og var stofnuð af aðila með mikla fyrri reynslu af bókaútgáfu. Þó sú útgáfa hafi strax á fyrsta ári fengið til liðs við sig þekkta útgefendur og átt bækur á metsölulistum hefur útgáfunni ekki tekist að ná umtalsverðri markaðshlutdeild. Var hlutdeild fyrirtækisins t.d. [0-5]% árið 2019, sbr. umfjöllun um markaðshlutdeild hér að framan, samanborið t.d. við [30-35]% hlutdeild Forlagsins. Á þetta við jafnvel þó nógildandi skilyrði sem varða starfsemi Forlagsins kveði á um að því félagi sé einungis heimilt að gera samning við hvern höfund um einn bókartitil í einu en samrunaaðilar telja sem fyrr segir það vísbendingu um að ekki séu hindranir að markaðnum.

150. Hvað varðar markað fyrir smásölu hljóðbóka þá var sett fram það frummat, haustið 2020, í andmælaskjali að einnig væru talsverðar hindranir að þeim markaði. Sem fyrr segir er Storytel með mjög sterka stöðu á markaði fyrir smásölu hljóðbóka á íslensku, [95-100]% árin 2019 og 2020. Sterk staða Storytel á markaðinum gefur vísbendingar um takmarkaðan aðgang að honum. Á markaðnum starfa nokkrir litlir keppinautar sem ekki veita mikið samkeppnislegt aðhald.



151. Niðurstaða rannsóknar Samkeppniseftirlitsins haustið 2020 var sú að aðgangshindranir séu til staðar inn á útgáfumarkaði og smásöllumarkaði fyrir bækur og á það bæði við um útgáfu á prentuðum bókum sem og smásöllumarkað fyrir hljóðbækur.



## **II. Viðauki, skýrsla Zenter um niðurstöður neytendakönnunar um bækur**

# Samkeppniseftirlitið

## Október 2020

Skýrsla þessi er einungis ætluð þeim aðila sem hana keypti.  
Öll opinber dreifing eða birting er óheimil án samþykkis Zenter.

# Framkvæmd

## Lýsing á rannsókn

Fyrirtæki:	Samkeppniseftirlitið
Framkvæmdatími:	23. til 30. október 2020.
Aðferð:	Send var könnun á könnunarhóp Zenter rannsókna, 18 ára og eldri á Íslandi. Gögnin voru vigtuð eftir kyni, aldri og búsetu.

## Stærð úrtaks og svörun

Úrtak:	2.400 (einstaklingar 18 ára og eldri)
Svarendur:	1.273
Svarhlutfall:	53%

# Efnisyfirlit

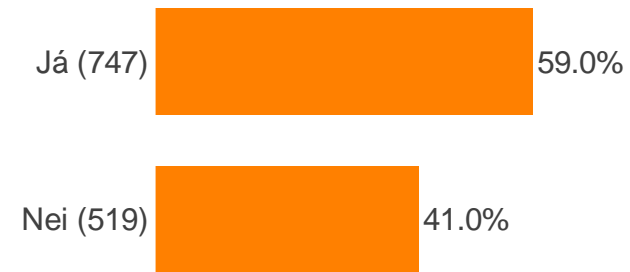
## Bls.

- 2 Framkvæmd  
**Niðurstöður**
- 5-6 Hefur þú keypt prentaðar bækur á íslensku á sl. 12 mánuðum?
- 7-9 Hversu hárrí upphæð verð þú að jafnaði í mánuði hverjum í kaup á prentuðum bókum á íslensku?
- 10-14 Hvar kaupir þú oftast prentaðar bækur á íslensku?
- 15-19 Hverjar eru ástæður þess að þú kaupir prentaðar bækur?
- 20-24 Hver er meginástæða þess að þú kaupir prentaðar bækur?
- 25-27 Hvenær lest þú prentaðar bækur?
- 28-30 Hver yrðu viðbrögð þín ef verð á prentuðum bókum á íslensku hækkaði um 5-10% (250-500 kr. hækkun fyrir bók sem kostar 5.000) en verð fyrir hljóð- og rafrækur á íslensku, stakar og í áskrift, yrði óbreytt?
- 31-33 Myndu minni kaup þín á prentuðum bókum hafa áhrif á kaup þín á hljóðbókum (stökum og í áskrift)?
- 34-36 Hefur þú keypt hljóðbækur á íslensku eða verið í áskrift að hljóðbókum á íslenskum, á sl. 12 mánuðum?
- 37-39 Hversu hárrí upphæð verð þú að jafnaði í mánuði hverjum í kaup eða áskriftargjald hljóðbóka á íslensku?
- 40-44 Hvar verslar þú oftast hljóðbækur á íslensku (stakar og í áskrift)?
- 45-49 Hverjar eru ástæður þess að þú hlustar á hljóðbækur?
- 50-54 Hver er meginástæða þess að þú hlustar á hljóðbækur?
- 55-57 Hvenær hlustar þú á hljóðbækur?
- 58-60 Ef verð (eða áskriftargjald) hljóðbóka á íslensku hækkaði um 5-10% (150-300 kr. hækkun ef um er að ræða 3.000 kr.) en verð á prentaðra bóka á íslensku yrði óbreytt, hver yrðu viðbrögð þín?
- 61-63 Myndu minni kaup þín á hljóðbókum, stökum eða í áskrift, hafa áhrif á kaup þín á prentuðum bókum?
- 64-66 Hversu oft eða sjaldan hlustar þú á hljóðbækur sem þú hefur lesið áður (eða ert að lesa) á prentuðu formi?
- 67 **Vigtun**
- 68 **Nánari upplýsingar**



# Hefur þú keypt prentaðar bækur á íslensku á sl. 12 mánuðum?

<b>Fjöldi svara</b>	<b>1273</b> <b>100.0%</b>
<b>Já</b>	747 58.6%
<b>Nei</b>	519 40.8%
<b>Veit ekki</b>	5 0.4%
<b>Vil ekki svara</b>	2 0.1%

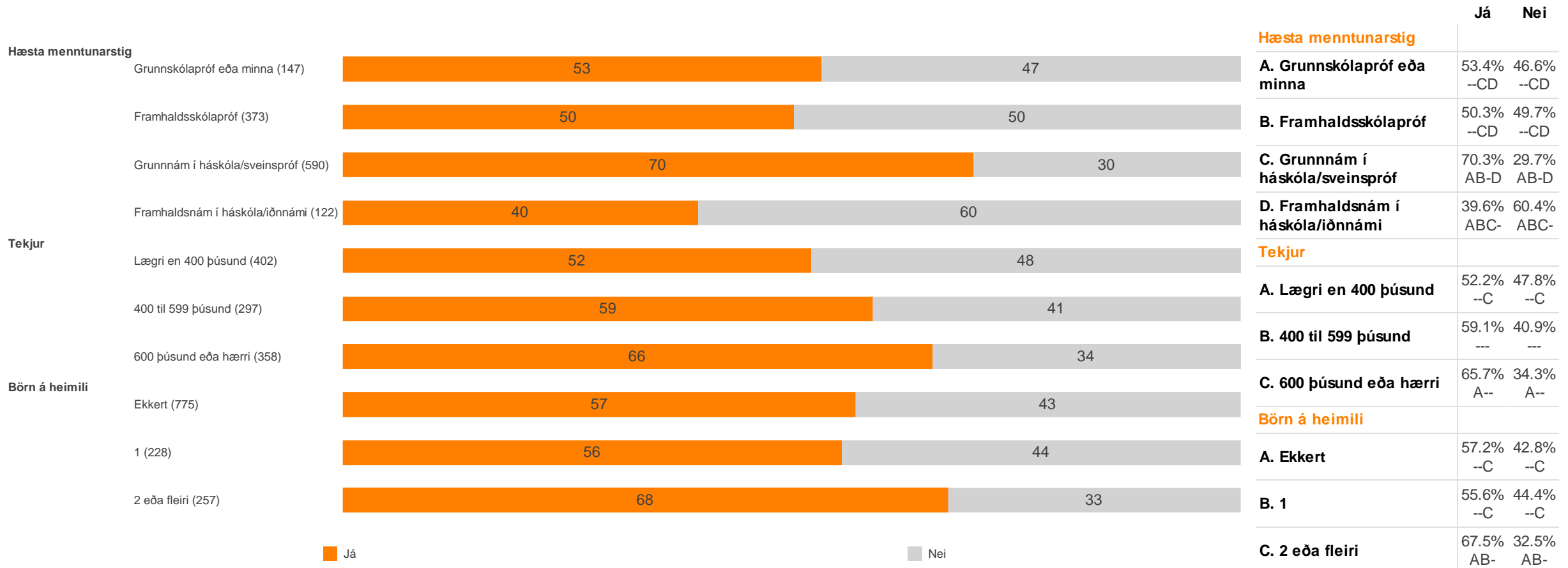


# Hefur þú keypt prentaðar bækur á íslensku á sl. 12 mánuðum?



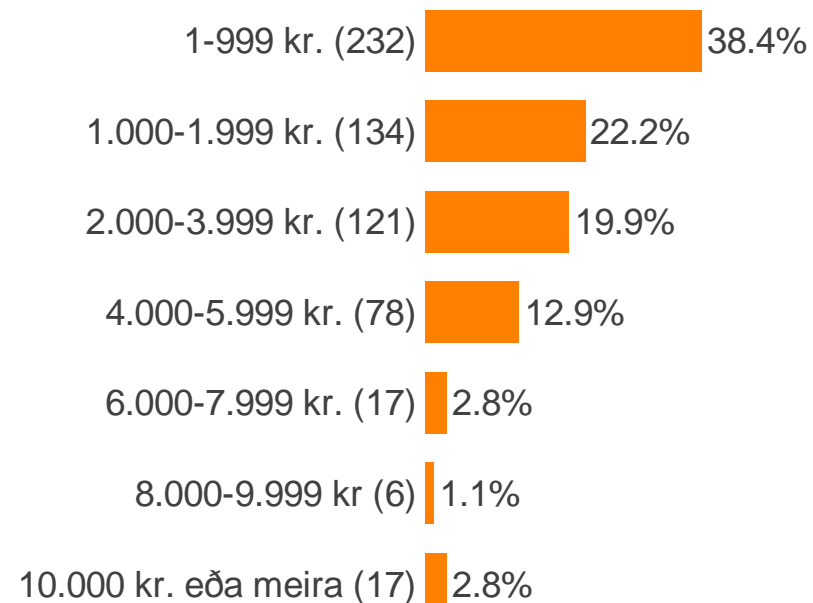
	Já	Nei
<b>Kyn</b>		
<b>A. Karl</b>	52.4% -B	47.6% -B
<b>B. Kona</b>	65.6% A-	34.4% A-
<b>Aldur</b>		
<b>A. 18-24 ára</b>	58.9% -----	41.1% -----
<b>B. 25-34 ára</b>	58.0% -----	42.0% -----
<b>C. 35-44 ára</b>	64.9% ----F	35.1% ----F
<b>D. 45-54 ára</b>	56.5% -----	43.5% -----
<b>E. 55-64 ára</b>	60.9% -----	39.1% -----
<b>F. 65 ára eða eldri</b>	55.0% --C---	45.0% --C---
<b>Búseta</b>		
<b>A. Höfuðborgarsvæðið</b>	59.3% --	40.7% --
<b>B. Landsbyggðin</b>	61.7% --	38.3% --
<b>Keypt hljóðbækur sl. 12 mánuði?</b>		
<b>A. Já</b>	64.2% -B	35.8% -B
<b>B. Nei</b>	56.6% A-	43.4% A-

# Hefur þú keypt prentaðar bækur á íslensku á sl. 12 mánuðum?

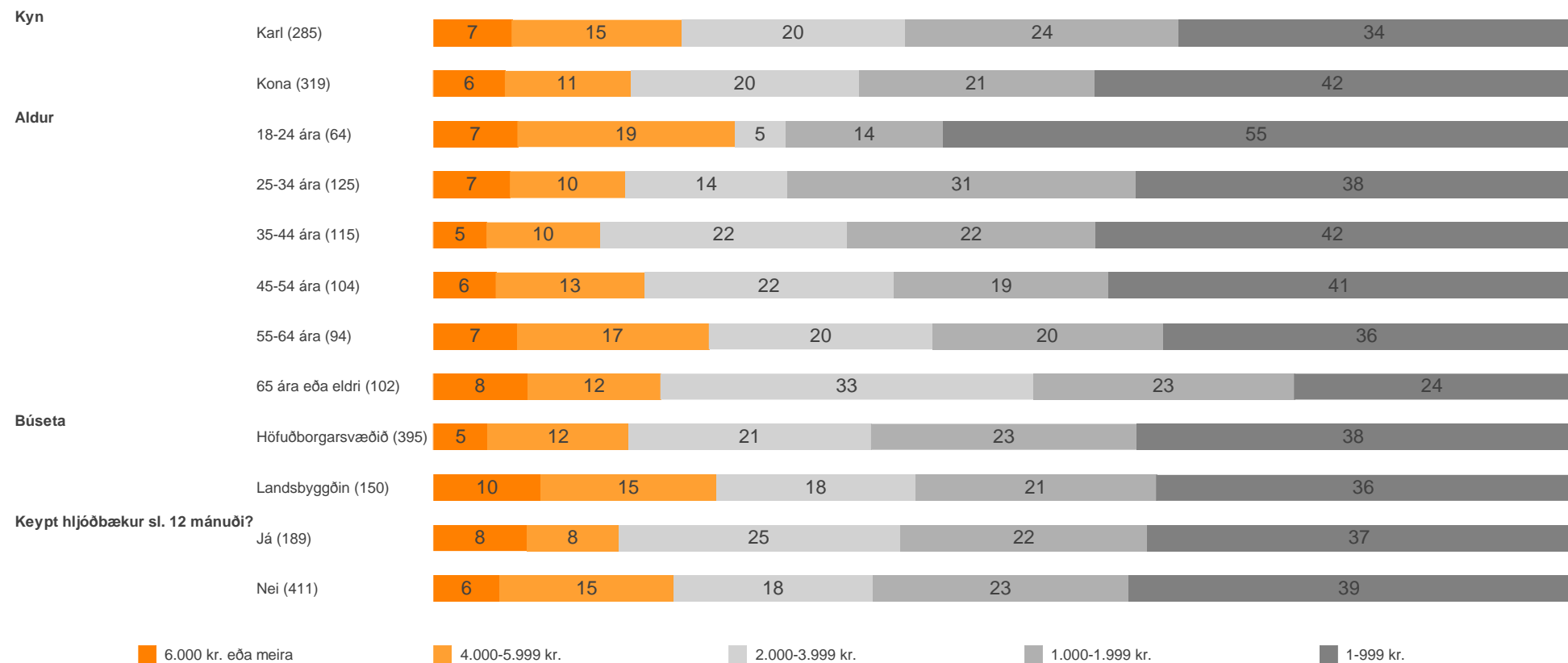


# Hversu hárrí upphæð verð þú að jafnaði í mánuði hverjum í kaup á prentuðum bókum á íslensku?

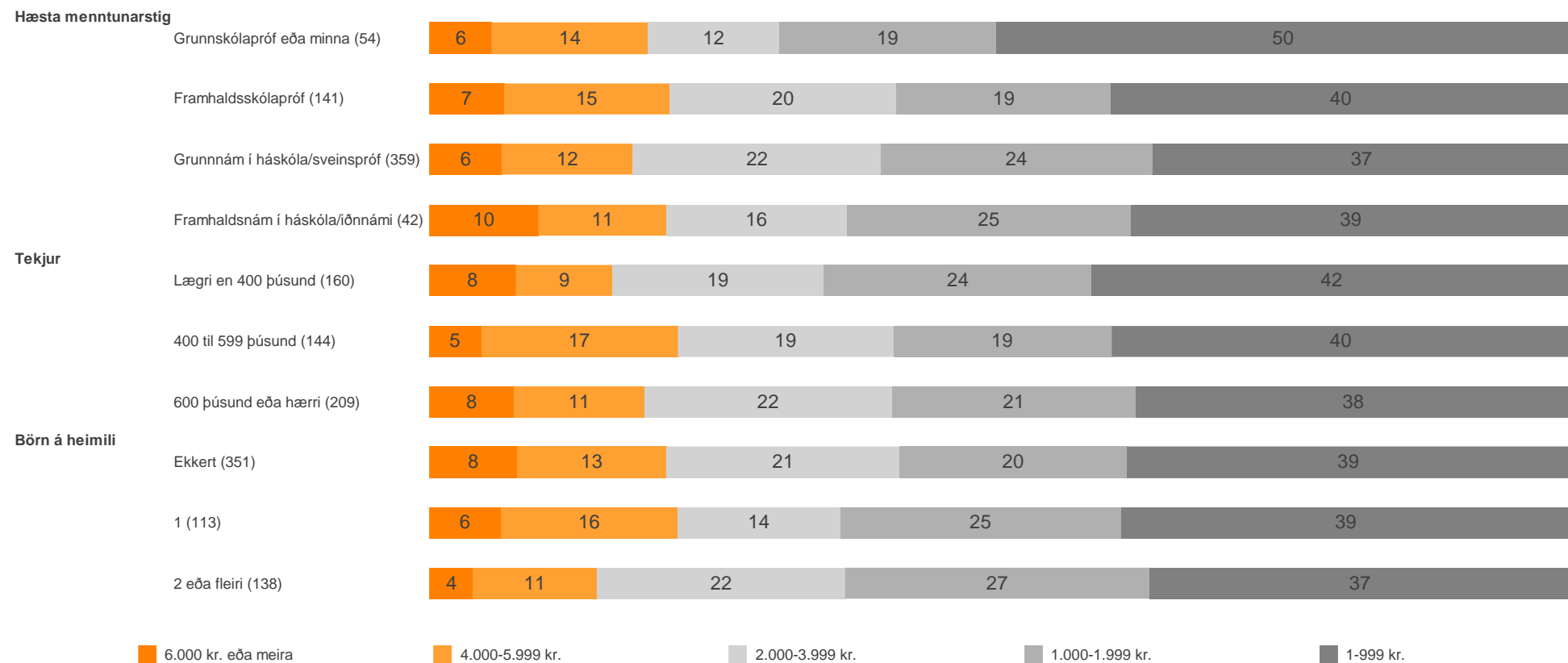
Fjöldi svara	747 100.0%
1-999 kr.	232 31.1%
1.000-1.999 kr.	134 18.0%
2.000-3.999 kr.	121 16.1%
4.000-5.999 kr.	78 10.4%
6.000-7.999 kr.	17 2.2%
8.000-9.999 kr.	6 0.9%
10.000 kr. eða meira	17 2.3%
Veit ekki	133 17.8%
Vil ekki svara	9 1.2%



# Hversu hárrí upphæð verð þú að jafnaði í mánuði hverjum í kaup á prentuðum bókum á íslensku?



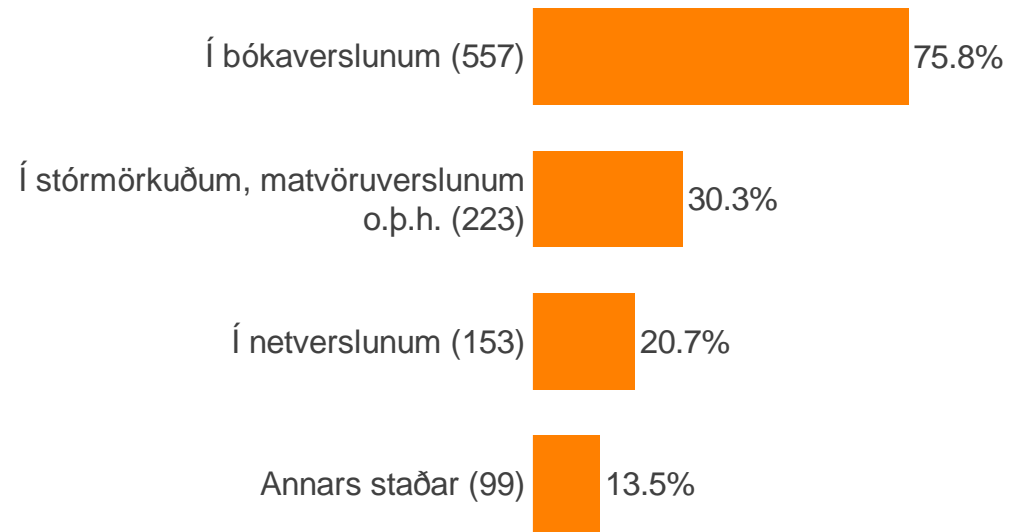
# Hversu hárrí upphæð verð þú að jafnaði í mánuði hverjum í kaup á prentuðum bókum á íslensku?



# Hvar kaupir þú oftast prentaðar bækur á íslensku?

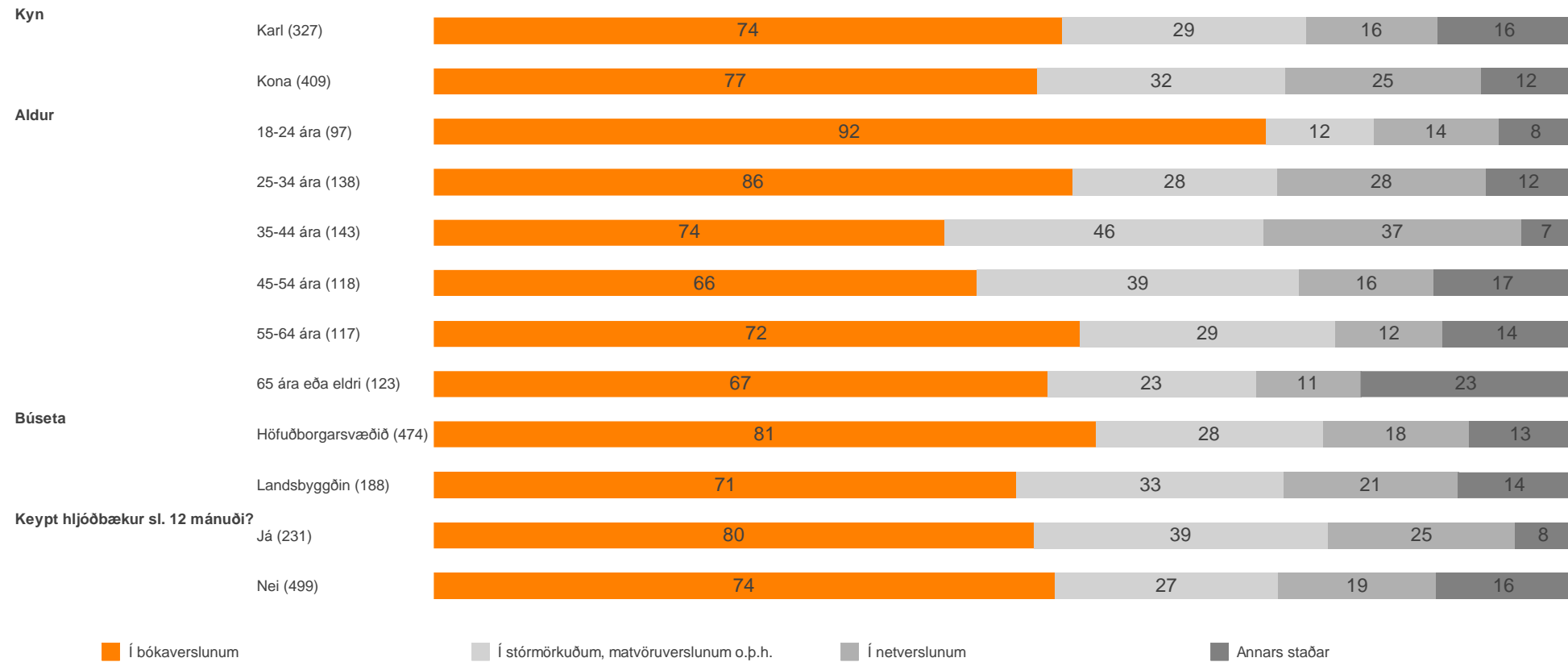
Vinsamlega veldu allt sem við á.

<b>Fjöldi svara</b>	<b>747</b> 100.0%
<b>Í bókaverslunum</b>	557 74.7%
<b>Í stórmörkuðum, matvöruverslunum o.þ.h.</b>	223 29.9%
<b>Í netverslunum</b>	153 20.4%
<b>Annars staðar</b>	99 13.3%
<b>Veit ekki</b>	9 1.2%
<b>Vil ekki svara</b>	2 0.3%



# Hvar kaupir þú oftast prentaðar bækur á íslensku?

Vinsamlega veldu allt sem við á.





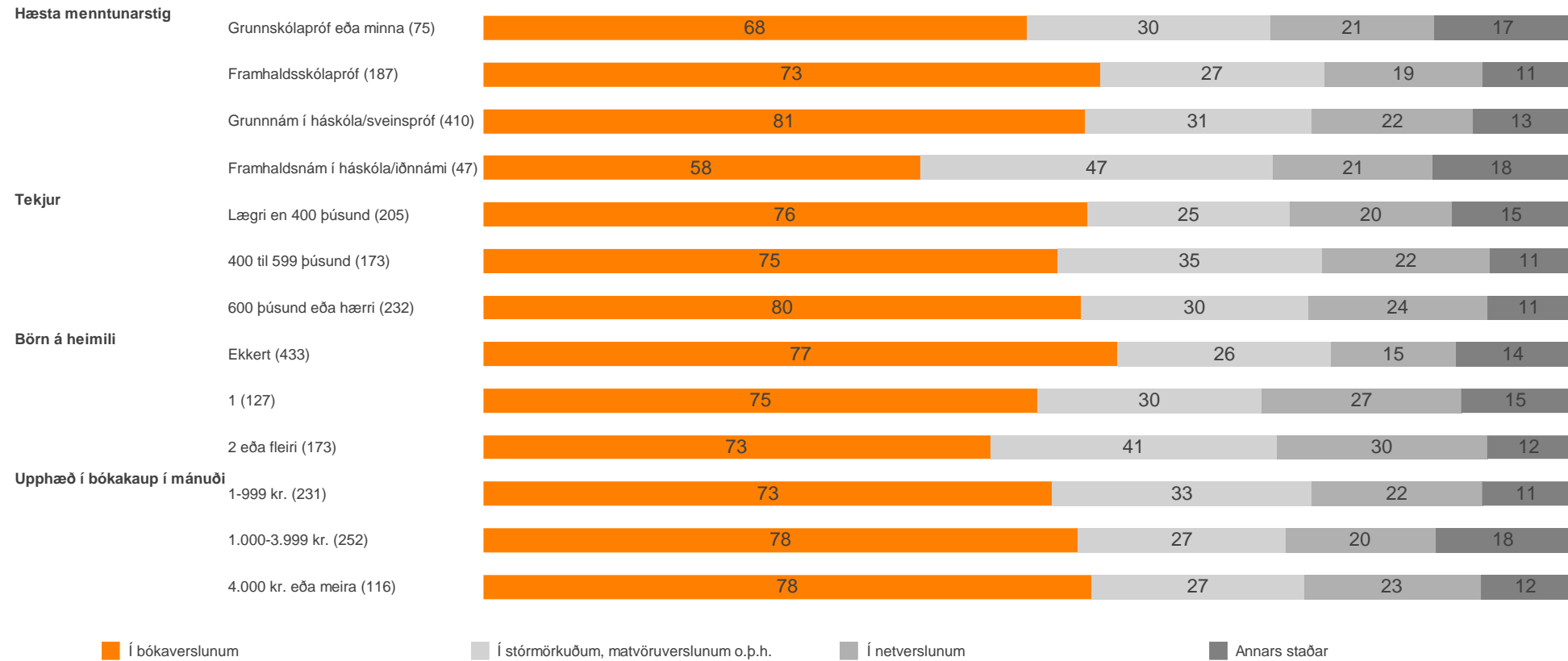
# Hvar kaupir þú oftast prentaðar bækur á íslensku?

Vinsamlega veldu allt sem við á.

	í bóka verslunum	í stórmörkuðum, matvöruverslunum o.p.h.	í net- verslunum	Annars staðar
<b>Kyn</b>				
A. Karl	74.3% --	28.7% --	15.5% -B	15.9% --
B. Kona	77.0% --	31.6% --	24.9% A-	11.6% --
<b>Aldur</b>				
A. 18-24 ára	91.9% --CDEF	11.9% -BCDEF	13.8% -BC--	8.1% ----F
B. 25-34 ára	86.0% --CDEF	27.5% A-CD--	28.1% A--DEF	11.6% ----F
C. 35-44 ára	73.7% AB----	46.0% AB--EF	37.1% A--DEF	7.3% ---D-F
D. 45-54 ára	66.3% AB----	39.4% AB---F	16.4% -BC---	16.9% --C---
E. 55-64 ára	71.8% AB----	28.5% A-C---	11.9% -BC---	14.4% -----
F. 65 ára eða eldri	66.8% AB----	22.7% A-CD--	11.4% -BC---	23.0% ABC---
<b>Búseta</b>				
A. Höfuðborgarsvæðið	80.8% -B	27.6% --	17.9% --	12.5% --
B. Landsbyggðin	71.3% A-	32.6% --	21.2% --	14.0% --
<b>Keypt hljóðbækur sl. 12 mánuði?</b>				
A. Já	79.9% --	39.1% -B	24.9% --	7.6% -B
B. Nei	74.1% --	26.6% A-	18.8% --	16.2% A-

# Hvar kaupir þú oftast prentaðar bækur á íslensku?

Vinsamlega veldu allt sem við á.



# Hvar kaupir þú oftast prentaðar bækur á íslensku?

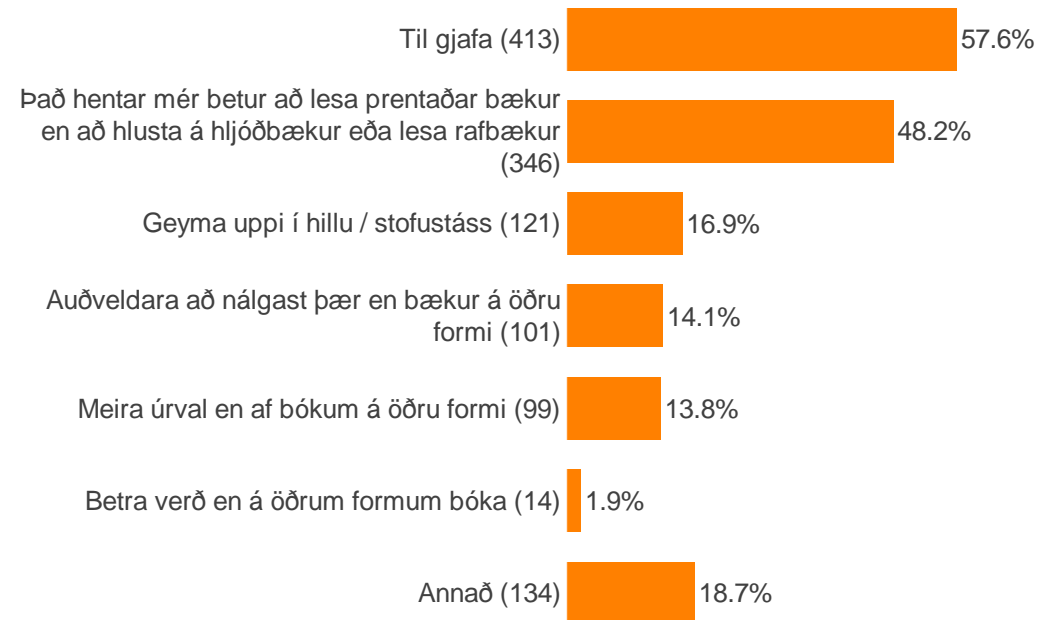
Vinsamlega veldu allt sem við á.

	í bókaverzlunum	í stórmörkuðum, matvöruverzlunum o.p.h.	í netverzlunum	Annars staðar
<b>Hæsta menntunarstig</b>				
<b>A. Grunnskólapróf eða minna</b>	67.7% --C-	30.4% ----	20.5% ----	16.9% ----
<b>B. Framhaldsskólapróf</b>	73.3% --CD	26.6% ---D	18.7% ----	10.5% ----
<b>C. Grunnám í háskóla/sveinspróf</b>	81.4% AB-D	30.7% ---D	21.8% ----	13.2% ----
<b>D. Framhaldsnám í háskóla/iðnámi</b>	58.1% -BC-	47.0% -BC-	21.2% ----	18.3% ----
<b>Tekjur</b>				
<b>A. Lægri en 400 þúsund</b>	75.5% ---	25.3% -B-	20.3% ---	14.8% ---
<b>B. 400 til 599 þúsund</b>	75.3% ---	34.8% A--	21.9% ---	10.6% ---
<b>C. 600 þúsund eða hærr</b>	79.9% ---	30.4% ---	23.9% ---	11.1% ---
<b>Börn á heimili</b>				
<b>A. Ekkert</b>	76.9% ---	25.8% --C	15.2% -BC	13.8% ---
<b>B. 1</b>	75.3% ---	30.4% ---	27.2% A--	14.8% ---
<b>C. 2 eða fleiri</b>	72.9% ---	41.2% A--	30.1% A--	12.0% ---
<b>Upphæð í bókakaup í mánuði</b>				
<b>A. 1-999 kr.</b>	72.5% ---	32.9% ---	21.8% ---	11.2% -B-
<b>B. 1.000-3.999 kr.</b>	77.8% ---	27.1% ---	19.5% ---	17.7% A--
<b>C. 4.000 kr. eða meira</b>	78.1% ---	27.2% ---	22.6% ---	11.6% ---

# Hverjar eru ástæður þess að þú kaupir prentaðar bækur?

Vinsamlega veldu allt sem við á.

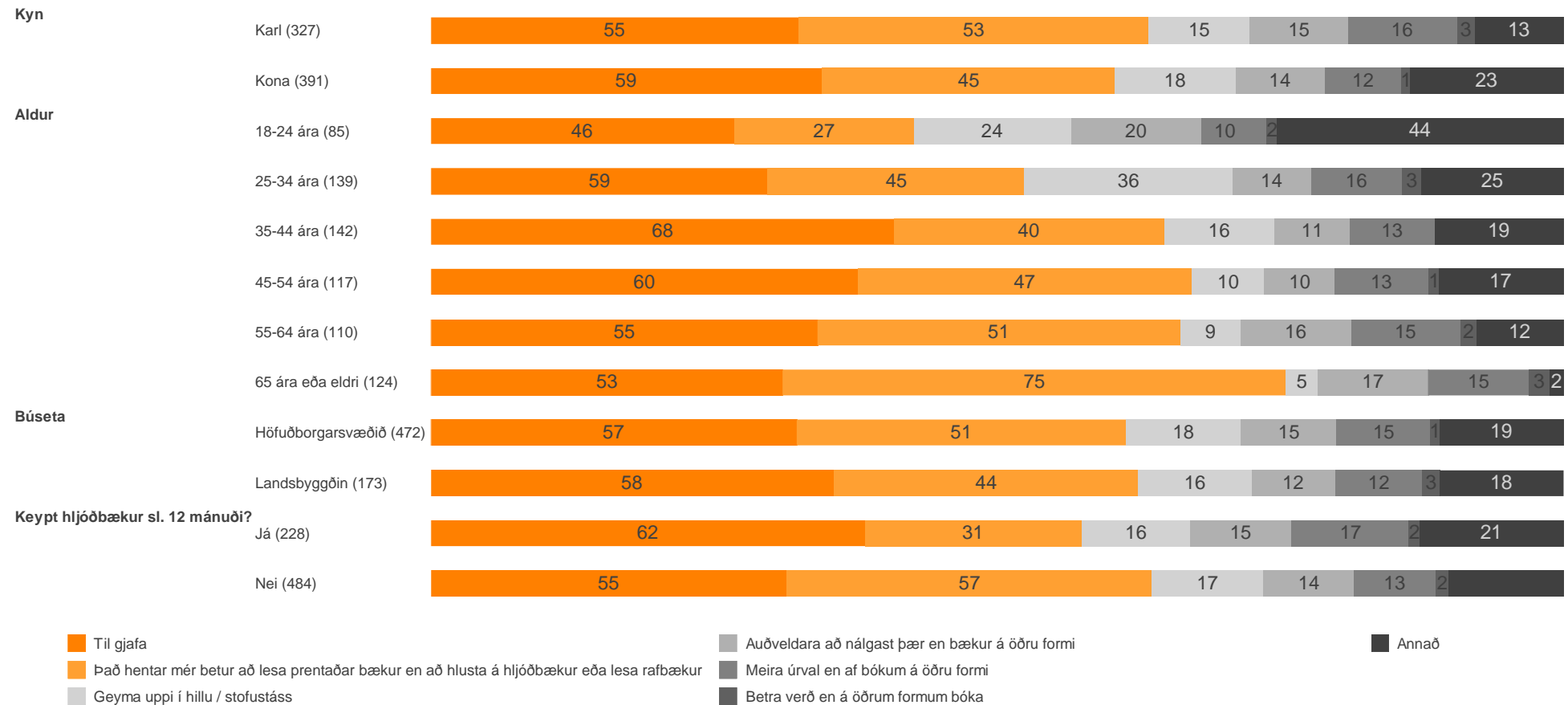
Fjöldi svara	747 100.0%
Til gjafa	413 55.4%
Það hentar mér betur að lesa prentaðar bækur en að hlusta á hljóðbækur eða lesa rafrækur	346 46.3%
Geyma uppi í hillu / stofustáss	121 16.2%
Auðveldara að nálgast þær en bækur á öðru formi	101 13.6%
Meira úrval en af bókum á öðru formi	99 13.3%
Betra verð en á öðrum formum bóka	14 1.8%
Annað	134 18.0%
Veit ekki	26 3.5%
Vil ekki svara	7 0.9%



Athugið að myndin til hægri sýnir aðeins hlutfall þeirra sem tóku afstöðu. Aðeins þau sem sögðust hafa keypt bækur fengu þessa spurningu. Valmöguleikum var raðað í handahófskennda röð. Dæmi um annað: Skyndikaup, fyrir börnin, styrkja höfund, þægilegra, þrjónabækur, fræðibækur, 15 fyrir skólann og skemmtilegra.

# Hverjar eru ástæður þess að þú kaupir prentaðar bækur?

Vinsamlega veldu allt sem við á.



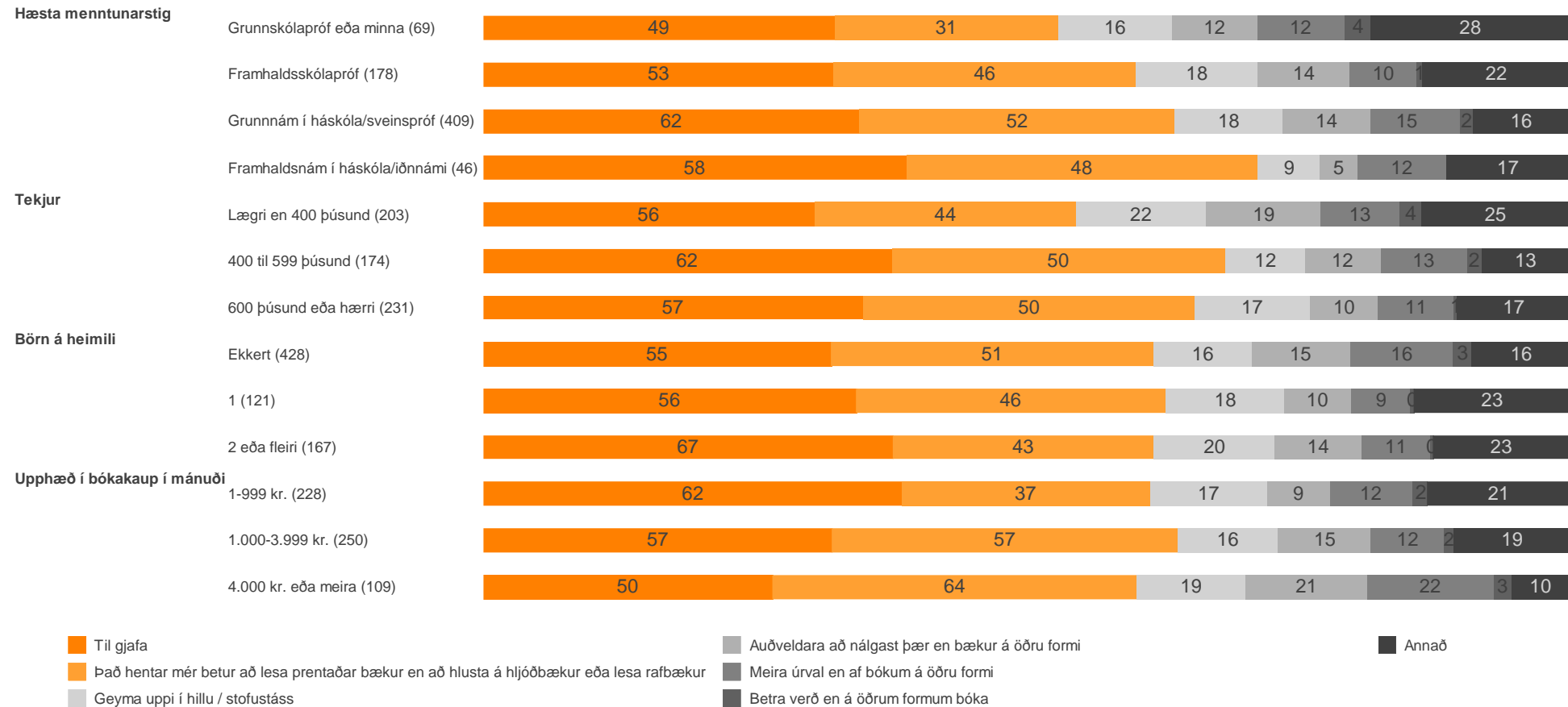
# Hverjar eru ástæður þess að þú kaupir prentaðar bækur?

Vinsamlega veldu allt sem við á.

	Til gjafa	Það hentar mér betur að lesa prentaðar bækur en að hlusta á hljóðbækur eða lesa rafbækur	Geyma uppi í hillu / stofustáss	Auðveldara að nálgast þær en bækur á öðru formi	Meira úrval en af bókum á öðru formi	Betra verð en á öðrum formum bóka	Annað
<b>Kyn</b>							
A. Karl	55.4% --	52.7% -B	15.2% --	14.8% --	16.4% --	2.7% --	13.2% -B
B. Kona	59.4% --	44.5% A-	18.3% --	13.5% --	11.6% --	1.3% --	23.2% A-
<b>Aldur</b>							
A. 18-24 ára	46.3% --C--	27.4% -B-DEF	24.0% --DEF	19.8% --D--	10.0% -----	1.6% -----	43.6% -BCDEF
B. 25-34 ára	58.6% -----	44.7% A---F	36.1% --CDEF	13.8% -----	15.7% -----	3.3% --C--	24.6% A---EF
C. 35-44 ára	68.3% A---EF	39.7% ----F	16.3% -B--F	11.1% -----	12.5% -----	- -B---F	18.8% A---F
D. 45-54 ára	59.6% -----	46.6% A---F	10.1% AB---	9.9% A----	13.0% -----	1.4% -----	17.3% A---F
E. 55-64 ára	54.6% --C--	51.1% A---F	8.6% AB---	15.6% -----	15.4% -----	2.2% -----	12.2% AB--F
F. 65 ára eða eldri	52.5% --C--	75.0% ABCDE-	4.7% ABC--	16.5% -----	15.0% -----	3.0% --C--	2.0% ABCDE-
<b>Búseta</b>							
A. Höfuðborgarsvæðið	56.6% --	50.8% --	17.8% --	14.8% --	14.5% --	1.4% --	19.0% --
B. Landsbyggðin	57.9% --	43.7% --	16.3% --	12.0% --	12.4% --	2.6% --	17.6% --
<b>Keypt hljóðbækur sl. 12 mánuði?</b>							
A. Já	62.4% --	31.2% -B	15.6% --	14.6% --	16.8% --	1.6% --	20.5% --
B. Nei	55.2% --	56.5% A-	17.3% --	14.0% --	12.6% --	2.1% --	17.6% --

# Hverjar eru ástæður þess að þú kaupir prentaðar bækur?

Vinsamlega veldu allt sem við á.



# Hverjar eru ástæður þess að þú kaupir prentaðar bækur?

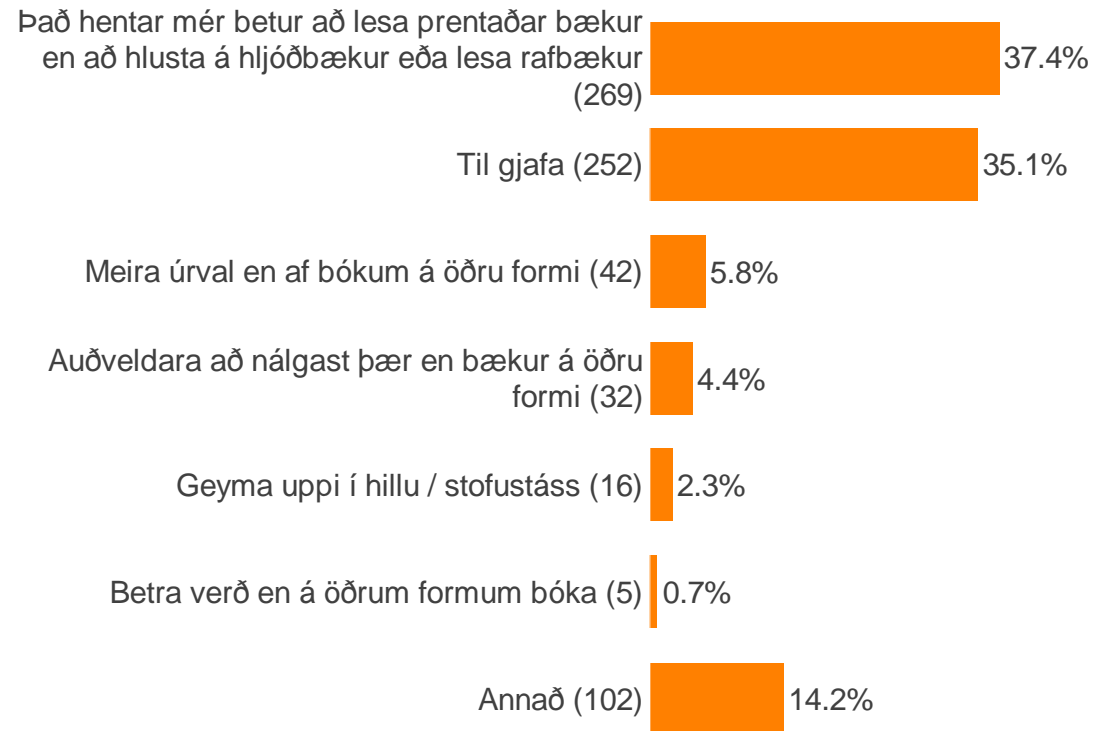
Vinsamlega veldu allt sem við á.

	Til gjafa	Það hentar mér betur að lesa prentaðar bækur en að hlusta á hljóðbækur eða lesa rafrætur	Geyma uppi í hillu / stofustáss	Auðveldara að nálgast þær en bækur á öðru formi	Meira úrval en af bókum á öðru formi	Betra verð en á öðrum formum bóka	Annað
<b>Hæsta menntunarstig</b>							
<b>A. Grunnskólapróf eða minna</b>	48.9% --C-	31.1% -BC-	15.8% ---	11.8% ---	12.2% ---	3.5% ---	27.9% --C-
<b>B. Framhaldsskólapróf</b>	52.8% --C-	45.5% A--	18.4% ---	13.7% ---	10.2% ---	0.8% ---	22.3% ---
<b>C. Grunnám í háskóla/sveinspróf</b>	61.6% AB--	51.5% A--	17.7% ---	14.3% ---	14.8% ---	2.0% ---	16.0% A--
<b>D. Framhaldsnám í háskóla/iðnnámi</b>	58.2% ---	48.2% ---	8.6% ---	5.1% ---	12.2% ---	- ---	17.1% ---
<b>Tekjur</b>							
<b>A. Lægr en 400 þúsund</b>	56.1% ---	44.2% ---	22.1% -B-	19.4% -BC	13.3% ---	3.6% --C	25.3% -BC
<b>B. 400 til 599 þúsund</b>	61.5% ---	50.3% ---	11.9% A--	11.5% A--	12.9% ---	2.2% ---	13.4% A--
<b>C. 600 þúsund eða hærr</b>	56.9% ---	49.5% ---	17.3% ---	10.2% A--	11.3% ---	0.5% A--	17.0% A--
<b>Börn á heimili</b>							
<b>A. Ekkert</b>	54.9% --C	50.9% ---	15.6% ---	15.4% ---	16.3% -B-	2.9% ---	15.6% -BC
<b>B. 1</b>	55.5% ---	46.2% ---	17.6% ---	9.9% ---	8.9% A--	0.4% ---	23.4% A--
<b>C. 2 eða fleiri</b>	66.8% A--	42.6% ---	19.8% ---	14.1% ---	11.2% ---	0.4% ---	22.5% A--
<b>Upphæð í bókakaup í mánuði</b>							
<b>A. 1-999 kr.</b>	62.2% --C	36.8% -BC	17.4% ---	9.3% -BC	12.3% --C	2.1% ---	21.3% --C
<b>B. 1.000-3.999 kr.</b>	57.1% ---	56.6% A--	16.4% ---	15.2% A--	11.9% --C	1.6% ---	19.1% --C
<b>C. 4.000 kr. eða meira</b>	50.4% A--	63.5% A--	19.0% ---	21.2% A--	22.0% AB-	3.1% ---	10.3% AB-



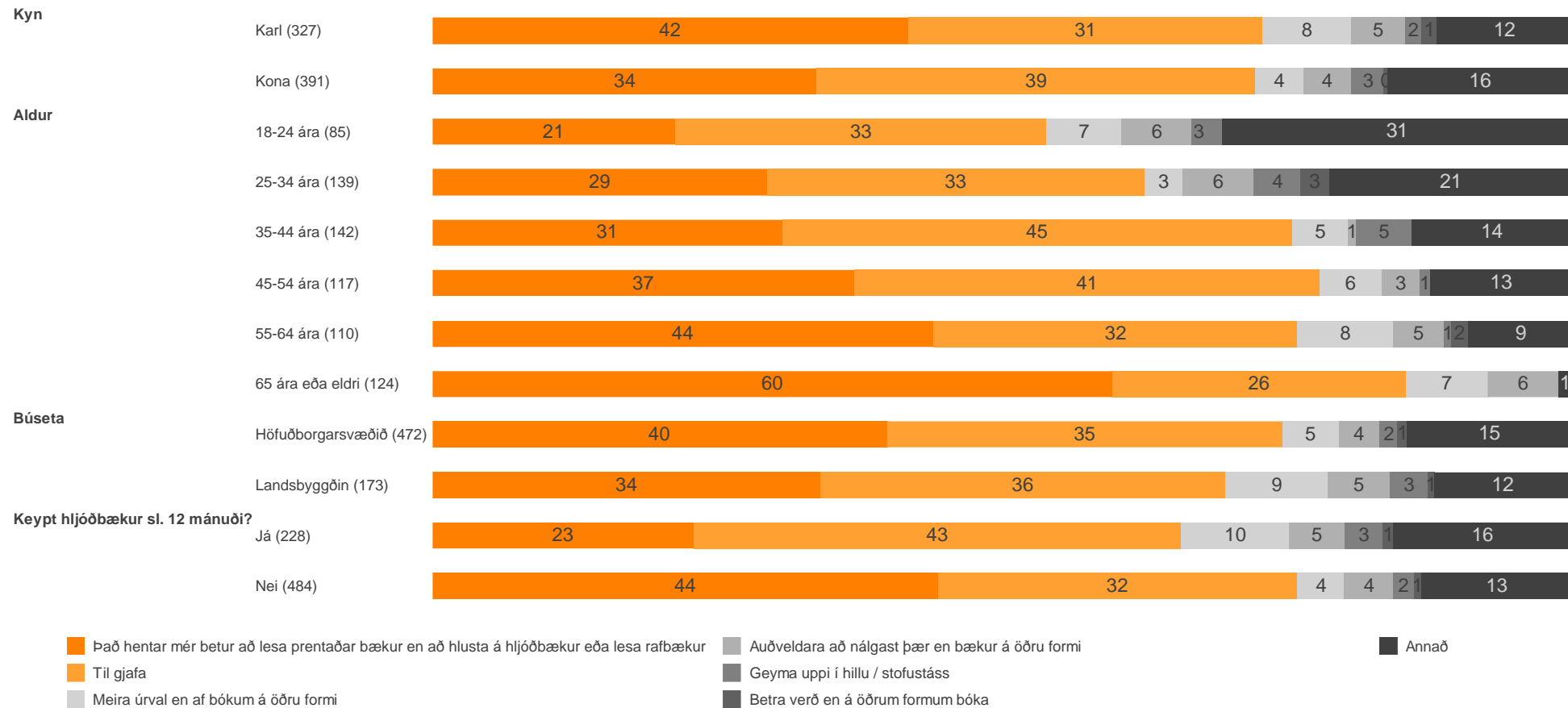
# Hver er meginástæða þess að þú kaupir prentaðar bækur?

Fjöldi svara	736 100.0%
Það hentar mér betur að lesa prentaðar bækur en að hlusta á hljóðbækur eða lesa rafbækur	269 36.5%
Til gjafa	252 34.2%
Meira úrval en af bókum á öðru formi	42 5.7%
Auðveldara að nálgast þær en bækur á öðru formi	32 4.3%
Geyma uppi í hillu / stofustáss	16 2.2%
Betra verð en á öðrum formum bóka	5 0.7%
Annað	102 13.9%
Veit ekki	15 2.0%
Vil ekki svara	3 0.4%



Athugið að myndin til hægri sýnir aðeins hlutfall þeirra sem tóku afstöðu. Valmöguleikum var raðað í handahófskennda röð. Aðeins þau sem sögðust hafa keypt bækur fengu þessa spurningu.

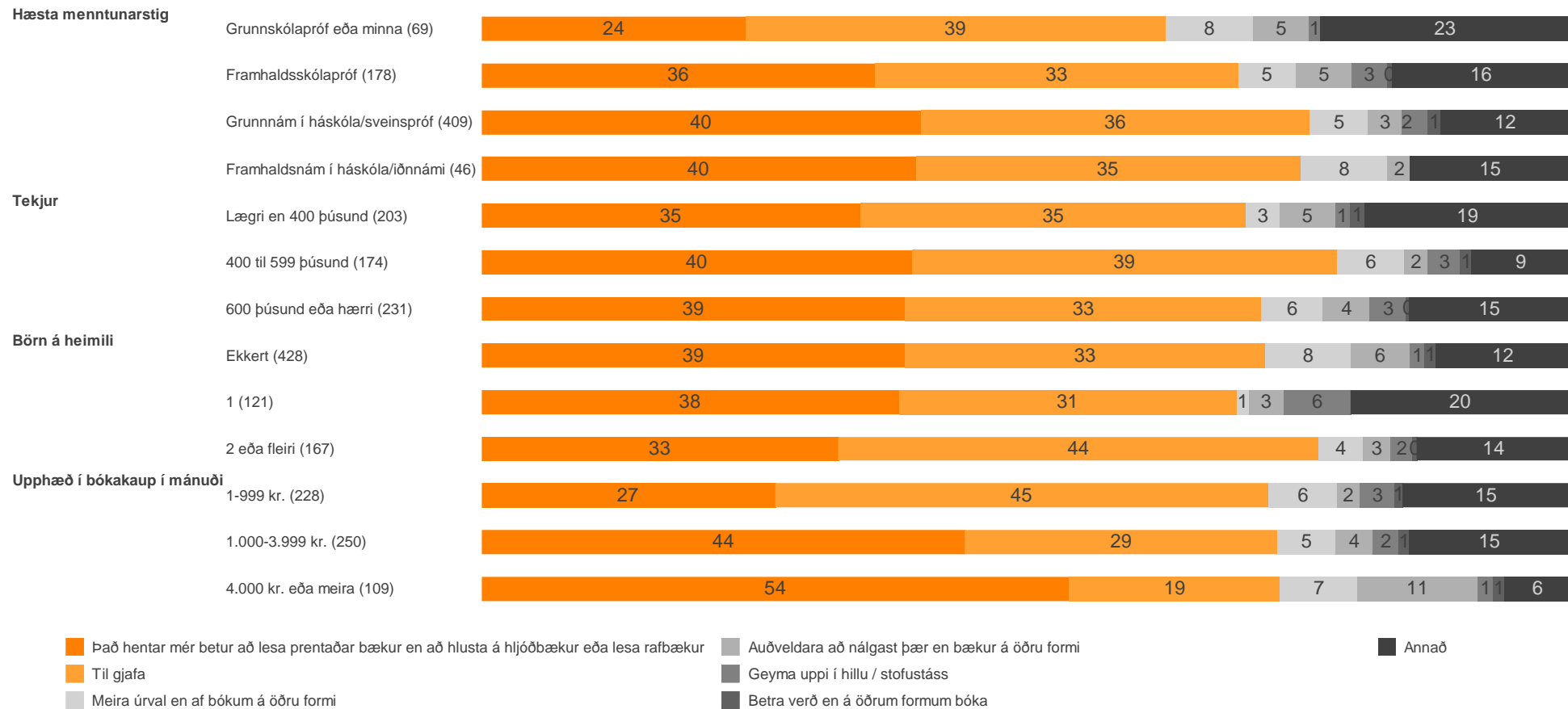
# Hver er meginástæða þess að þú kaupir prentaðar bækur?



# Hver er meginástæða þess að þú kaupir prentaðar bækur?

	Það hentar mér betur að lesa prentaðar bækur en að hlusta á hljóðbækur eða lesa raðbækur	Til gjafa	Meira úrval en af bókum á öðru formi	Auðveldara að nálgast þær en bækur á öðru formi	Geyma uppi í hillu / stofustáss	Betra verð en á öðrum formum bóka	Annað
<b>Kyn</b>							
A. Karl	41.8% -B	31.0% -B	7.8% -B	4.7% --	1.5% --	1.3% --	11.9% --
B. Kona	33.8% A-	38.5% A-	4.2% A-	4.2% --	2.9% --	0.3% --	16.2% --
<b>Aldur</b>							
A. 18-24 ára	21.3% ---DEF	32.6% -----	6.6% -----	6.1% --C--	2.7% -----	- -----	30.7% --CDEF
B. 25-34 ára	29.4% ---EF	33.0% --C--	3.4% -----	6.2% --C--	4.1% ----F	2.5% -----	21.3% ---EF
C. 35-44 ára	30.7% ---EF	44.8% -B-EF	4.8% -----	0.8% AB--F	4.8% ----F	- -----	14.1% A----F
D. 45-54 ára	37.1% A---F	40.8% ----F	5.5% -----	3.3% -----	0.9% -----	- -----	12.5% A---F
E. 55-64 ára	43.9% ABC--F	31.9% --C--	8.3% -----	4.5% -----	0.6% -----	1.5% -----	9.1% AB--F
F. 65 ára eða eldri	59.7% ABCDE-	25.7% --CD--	7.2% -----	6.2% --C--	- -BC--	- -----	1.2% ABCDE-
<b>Búseta</b>							
A. Höfuðborgarsvæðið	39.9% --	34.7% --	4.9% --	3.6% --	1.6% --	0.8% --	14.5% --
B. Landsbyggðin	34.0% --	35.5% --	9.0% --	5.4% --	3.4% --	0.5% --	12.1% --
<b>Keypt hljóðbækur sl. 12 mánuði?</b>							
A. Já	22.9% -B	42.8% -B	9.5% -B	4.8% --	3.4% --	0.9% --	15.7% --
B. Nei	44.4% A-	31.5% A-	4.1% A-	4.3% --	1.8% --	0.7% --	13.2% --

# Hver er meginástæða þess að þú kaupir prentaðar bækur?



# Hver er meginástæða þess að þú kaupir prentaðar bækur?

	Það hentar mér betur að lesa prentaðar bækur en að hlusta á hljóðbækur eða lesa rafbækur	Til gjafa	Meira úrval en af öðru formi	Auðveldara að nálgast þær en bækur á öðru formi	Geyma uppi í hillu / stofustáss	Betra verð en á öðrum bóka	Annað
<b>Hæsta menntunarstig</b>							
A. Grunnskólapróf eða minna	24.3% --C-	38.5% ---	8.1% ---	5.1% ---	1.0% ---	- ---	23.0% --C-
B. Framhaldsskólapróf	36.1% ---	33.3% ---	5.3% ---	5.1% ---	3.3% ---	0.4% ---	16.4% ---
C. Grunnám í háskóla/sveinspróf	40.4% A--	35.7% ---	5.4% ---	3.1% ---	2.4% ---	1.1% ---	12.0% A--
D. Framhaldsnám í háskóla/iðnnámi	39.9% ---	35.3% ---	8.0% ---	2.1% ---	- ---	- ---	14.7% ---
<b>Tekjur</b>							
A. Lægr en 400 þúsund	34.8% ---	35.4% ---	3.1% ---	5.1% ---	1.3% ---	1.4% ---	18.9% -B-
B. 400 til 599 þúsund	39.5% ---	39.1% ---	6.1% ---	2.2% ---	3.0% ---	1.0% ---	9.1% A--
C. 600 þúsund eða hærri	38.9% ---	32.7% ---	5.7% ---	4.3% ---	3.3% ---	0.3% ---	14.8% ---
<b>Börn á heimili</b>							
A. Ekkert	38.9% ---	33.0% -C	7.8% -B-	5.5% ---	1.3% -B-	1.0% ---	12.4% -B-
B. 1	38.4% ---	31.0% -C	1.2% A--	3.1% ---	6.2% A--	- ---	20.2% A--
C. 2 eða fleiri	32.7% ---	44.0% AB-	4.1% ---	2.5% ---	2.0% ---	0.4% ---	14.1% ---
<b>Upphæð í bókakaup í mánuði</b>							
A. 1-999 kr.	26.9% -BC	45.2% -BC	6.3% ---	2.1% -C	3.2% ---	0.7% ---	15.4% -C
B. 1.000-3.999 kr.	44.4% A--	28.7% A--	5.3% ---	3.5% -C	2.3% ---	1.0% ---	14.8% -C
C. 4.000 kr. eða meira	54.0% A--	19.4% A--	7.1% ---	11.1% AB-	1.4% ---	1.0% ---	6.1% AB-

# Hvenær lest þú prentaðar bækur?

Vinsamlega veldu allt sem við á.

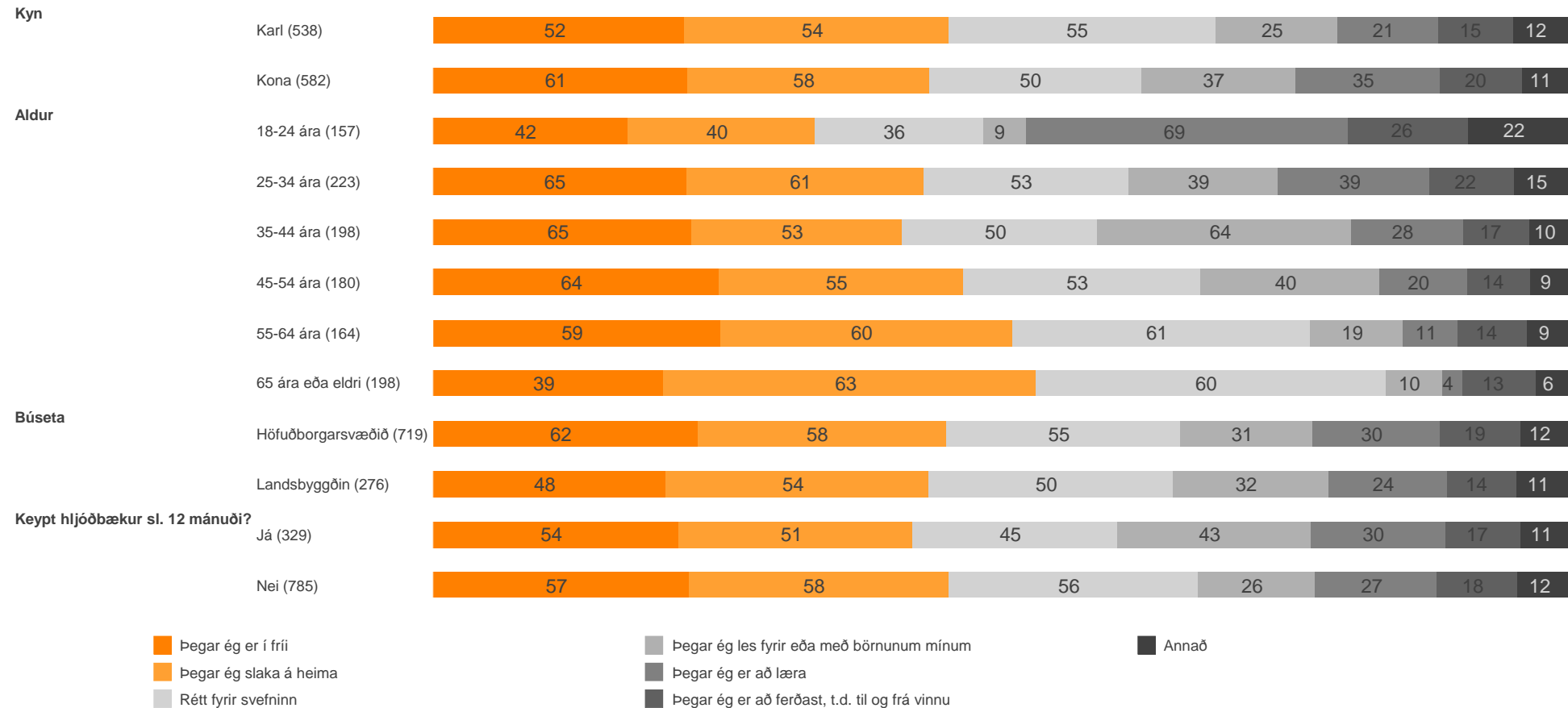
Fjöldi svara	1273 100.0%
Þegar ég er í fríi	630 49.5%
Þegar ég slaka á heima	627 49.2%
Rétt fyrir svefninn	586 46.0%
Þegar ég les fyrir eða með börnunum mínum	349 27.5%
Þegar ég er að læra	312 24.5%
Þegar ég er að ferðast, t.d. til og frá vinnu	196 15.4%
Á kaffihúsi	73 5.7%
Annað	57 4.5%
Les aldrei prentaðar bækur	137 10.8%
Veit ekki	11 0.8%
Vil ekki svara	7 0.6%



Athugið að myndin til hægri sýnir aðeins hlutfall þeirra sem tóku afstöðu. Valmöguleikum var raðað í handahófskennda röð. Athugið að allir þátttakendur fengu þessa spurningu, hvort sem þau hafa keypt bækur síðastliðna 12 mánuði eða ekki.

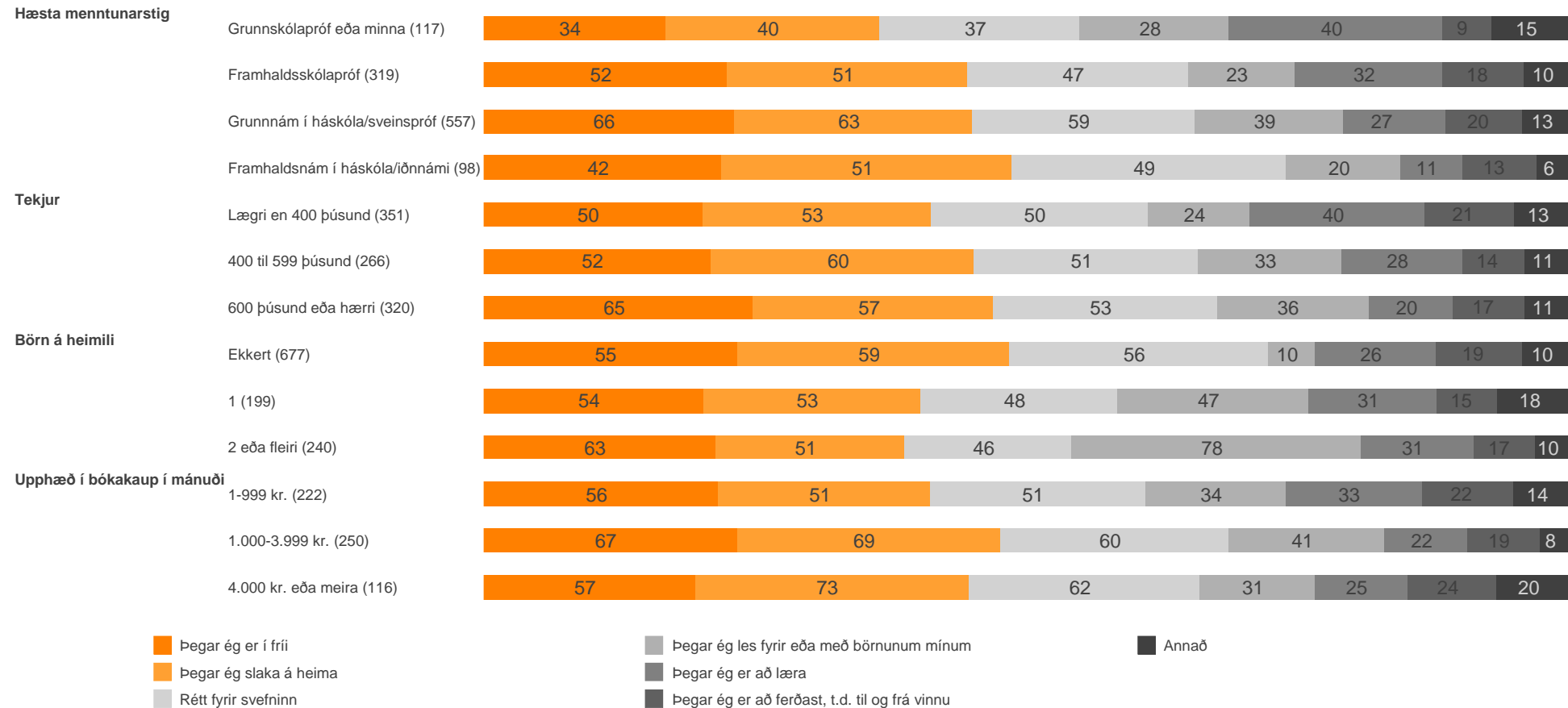
# Hvenær lest þú prentaðar bækur?

Vinsamlega veldu allt sem við á.



# Hvenær lest þú prentaðar bækur?

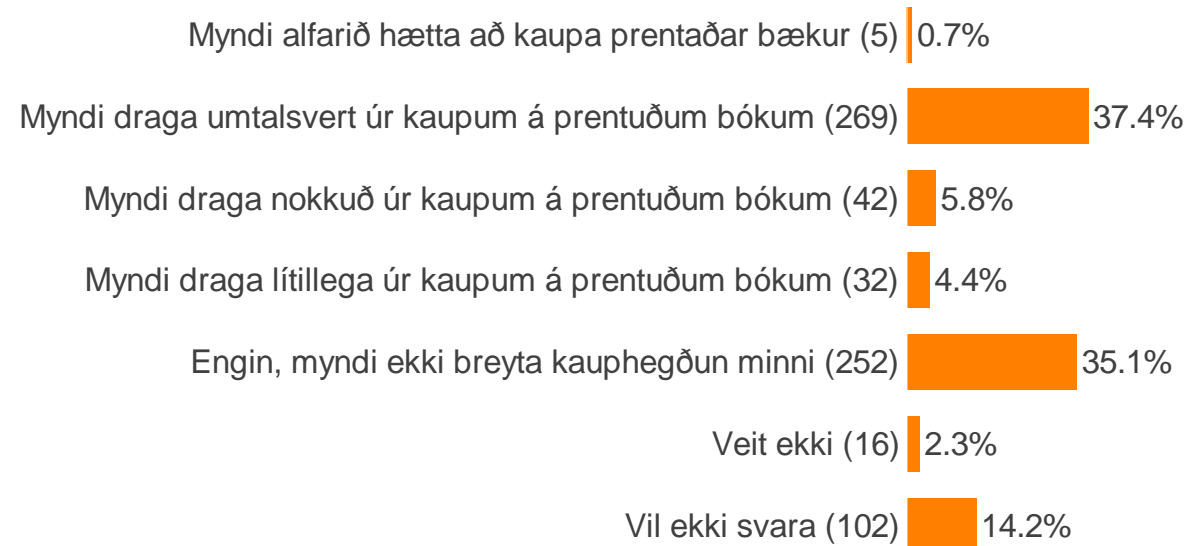
Vinsamlega veldu allt sem við á.





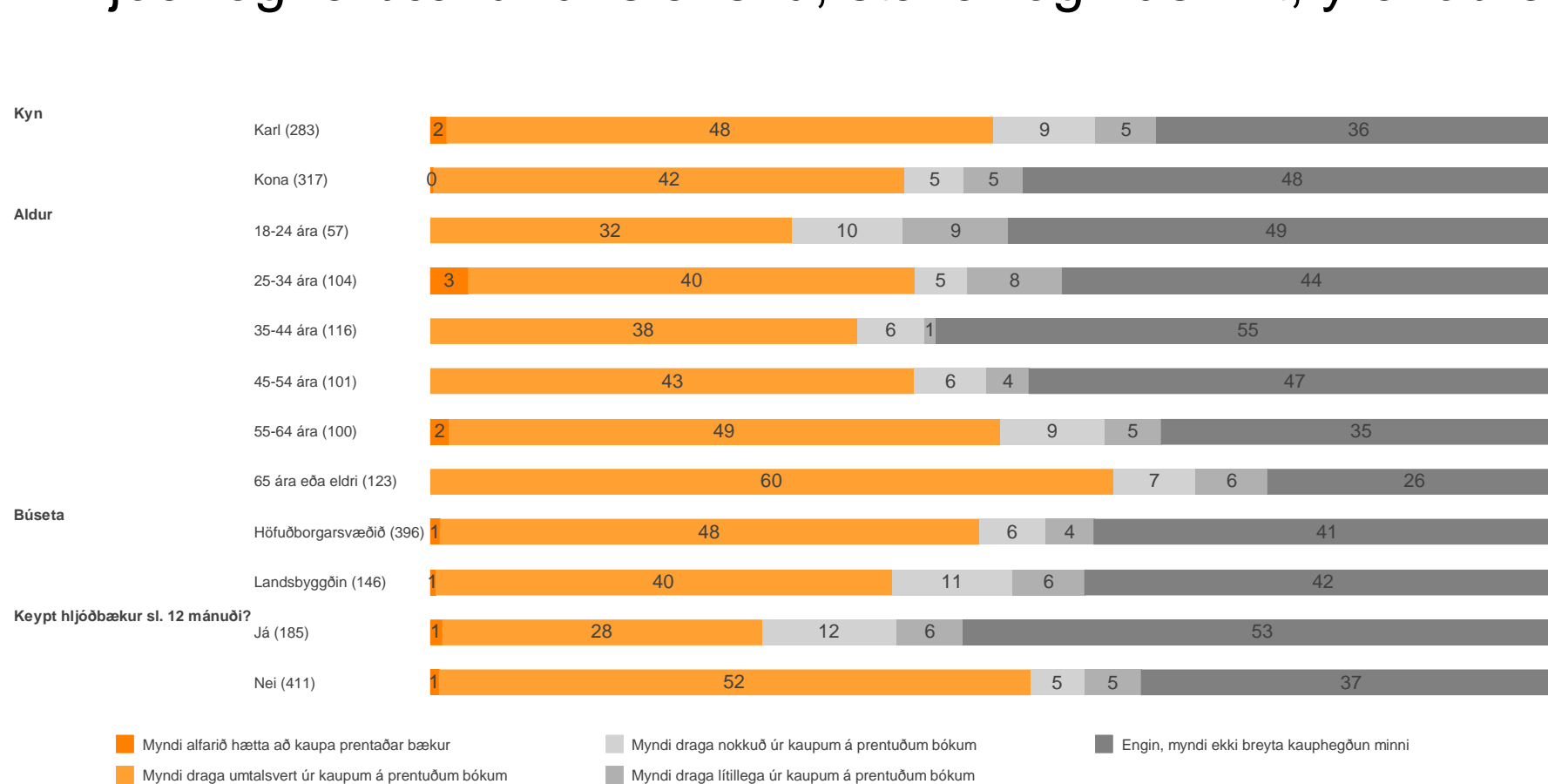
Hver yrðu viðbrögð þín ef verð á prentuðum bókum á íslensku hækkaði um 5-10% (250-500 kr. hækkun fyrir bók sem kostar 5.000) en verð fyrir hljóð- og rafbækur á íslensku, stakar og í áskrift, yrði óbreytt?

Fjöldi svara	718 100.0%
Meðaltal (1-5)	2.6
Myndi alfarið hætta að kaupa prentaðar bækur (5)	5 0.7%
Myndi draga umtalsvert úr kaupum á prentuðum bókum (4)	269 37.4%
Myndi draga nokkuð úr kaupum á prentuðum bókum (3)	42 5.8%
Myndi draga lítillega úr kaupum á prentuðum bókum (2)	32 4.4%
Engin, myndi ekki breyta kauphegðun minni (1)	252 35.1%
Veit ekki	16 2.3%
Vil ekki svara	102 14.2%



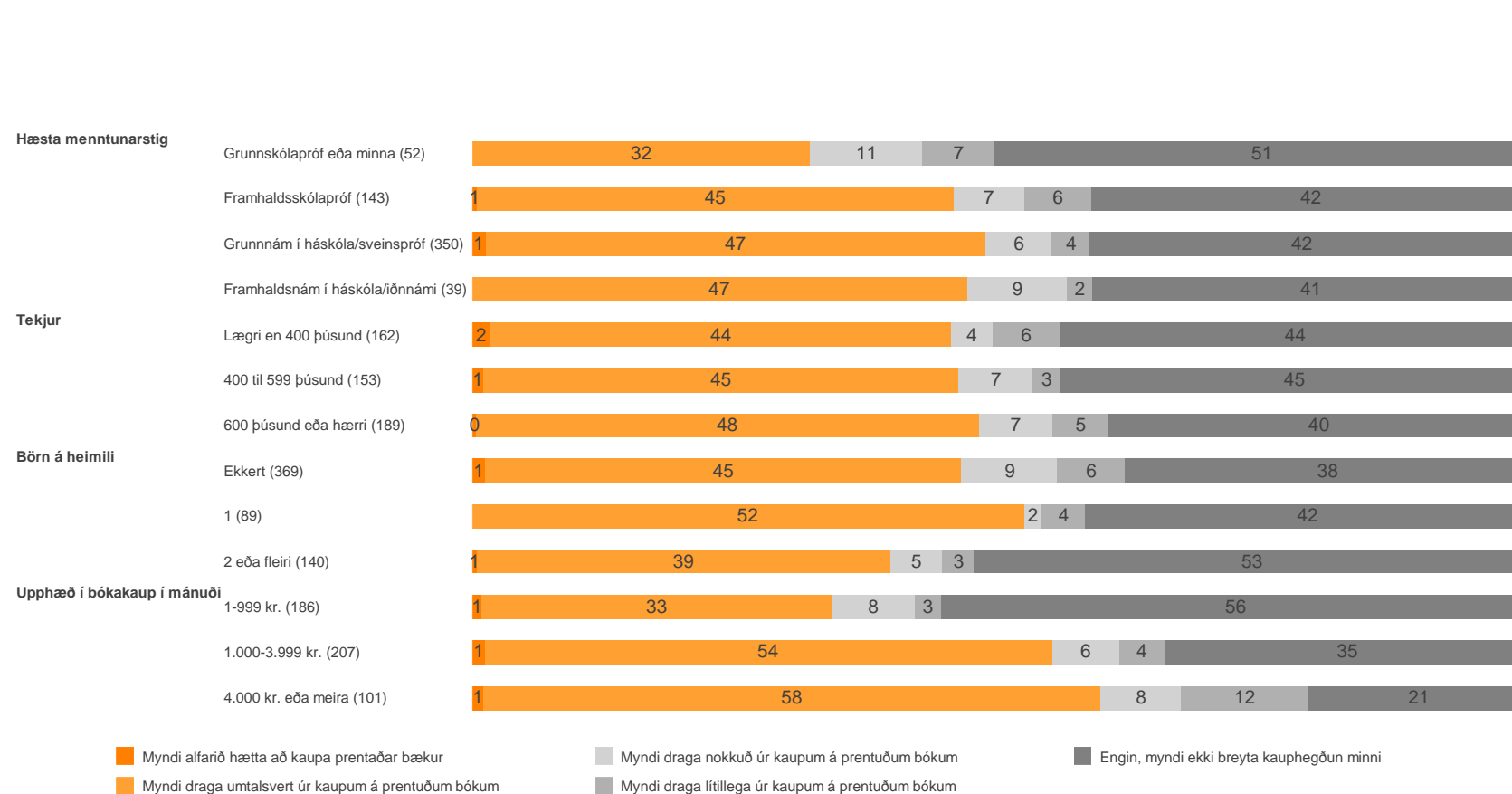
Athugið að myndin til hægri sýnir aðeins hlutfall þeirra sem tóku afstöðu. Því hærra meðaltal, því líklegra er að fólk muni draga úr bókakaupum. Aðeins þau sem sögðust hafa keypt bækur fengu þessa spurningu.

# Hver yrðu viðbrögð þín ef verð á prentuðum bókum á íslensku hækkaði um 5-10% (250-500 kr. hækkun fyrir bók sem kostar 5.000) en verð fyrir hljóð- og rafbækur á íslensku, stakar og í áskrift, yrði óbreytt?



	Meðaltal	Munur á milli hópa
<b>Kyn</b>		
A. Karl	2.7	-B
B. Kona	2.4	A-
<b>Aldur</b>		
A. 18-24 ára	2.2	---EF
B. 25-34 ára	2.5	----F
C. 35-44 ára	2.3	---EF
D. 45-54 ára	2.4	----F
E. 55-64 ára	2.8	A-C---
F. 65 ára eða eldri	3.0	ABCD--
<b>Búseta</b>		
A. Höfuðborgarsvæðið	2.6	--
B. Landsbyggðin	2.5	--
<b>Keypt hljóðbækur sl. 12 mánuði?</b>		
A. Já	2.2	-B
B. Nei	2.7	A-

# Hver yrðu viðbrögð þín ef verð á prentuðum bókum á íslensku hækkaði um 5-10% (250-500 kr. hækkun fyrir bók sem kostar 5.000) en verð fyrir hljóð- og rafbækur á íslensku, stakar og í áskrift, yrði óbreytt?



Hæsta menntunarstig	Meðaltal	Munur á milli hópa
<b>A. Grunnskólapróf eða minna</b>	2.2	--C-
<b>B. Framhaldsskólapróf</b>	2.6	----
<b>C. Grunnám í háskóla/sveinspróf</b>	2.6	A---
<b>D. Framhaldsnám í háskóla/iðnnámi</b>	2.6	----
<b>Tekjur</b>		
<b>A. Lægri en 400 þúsund</b>	2.5	---
<b>B. 400 til 599 þúsund</b>	2.6	---
<b>C. 600 þúsund eða hærri</b>	2.6	---
<b>Börn á heimili</b>		
<b>A. Ekkert</b>	2.6	--C
<b>B. 1</b>	2.6	---
<b>C. 2 eða fleiri</b>	2.3	A--
<b>Upphæð í bókakaup í mánuði</b>		
<b>A. 1-999 kr.</b>	2.2	-BC
<b>B. 1.000-3.999 kr.</b>	2.8	A--
<b>C. 4.000 kr. eða meira</b>	3.1	A--

# Myndu minni kaup þín á prentuðum bókum hafa áhrif á kaup þín á hljóðbókum (stökum og í áskrift)?

Fjöldi svara	298 100.0%
Meðaltal (1-7)	3.8
Já, myndi draga umtalsvert úr kaupum mínum á hljóðbókum (7)	6 2.2%
Já, myndi draga nokkuð úr kaupum mínum á hljóðbókum (6)	4 1.3%
Já, myndi draga lítillega úr kaupum mínum á hljóðbókum (5)	1 0.3%
Nei, kaup mín á hljóðbókum yrðu óbreytt (4)	181 60.8%
Já, myndi auka lítillega kaup mín á hljóðbókum (3)	25 8.4%
Já, myndi auka nokkuð kaup mín á hljóðbókum (2)	16 5.3%
Já, myndi auka umtalsvert kaup mín á hljóðbókum (1)	9 2.9%
Veit ekki	54 18.3%
Vil ekki svara	2 0.7%

Já, myndi draga umtalsvert úr kaupum mínum á hljóðbókum (6) 2.7%

Já, myndi draga nokkuð úr kaupum mínum á hljóðbókum (4) 1.6%

Já, myndi draga lítillega úr kaupum mínum á hljóðbókum (1) 0.4%

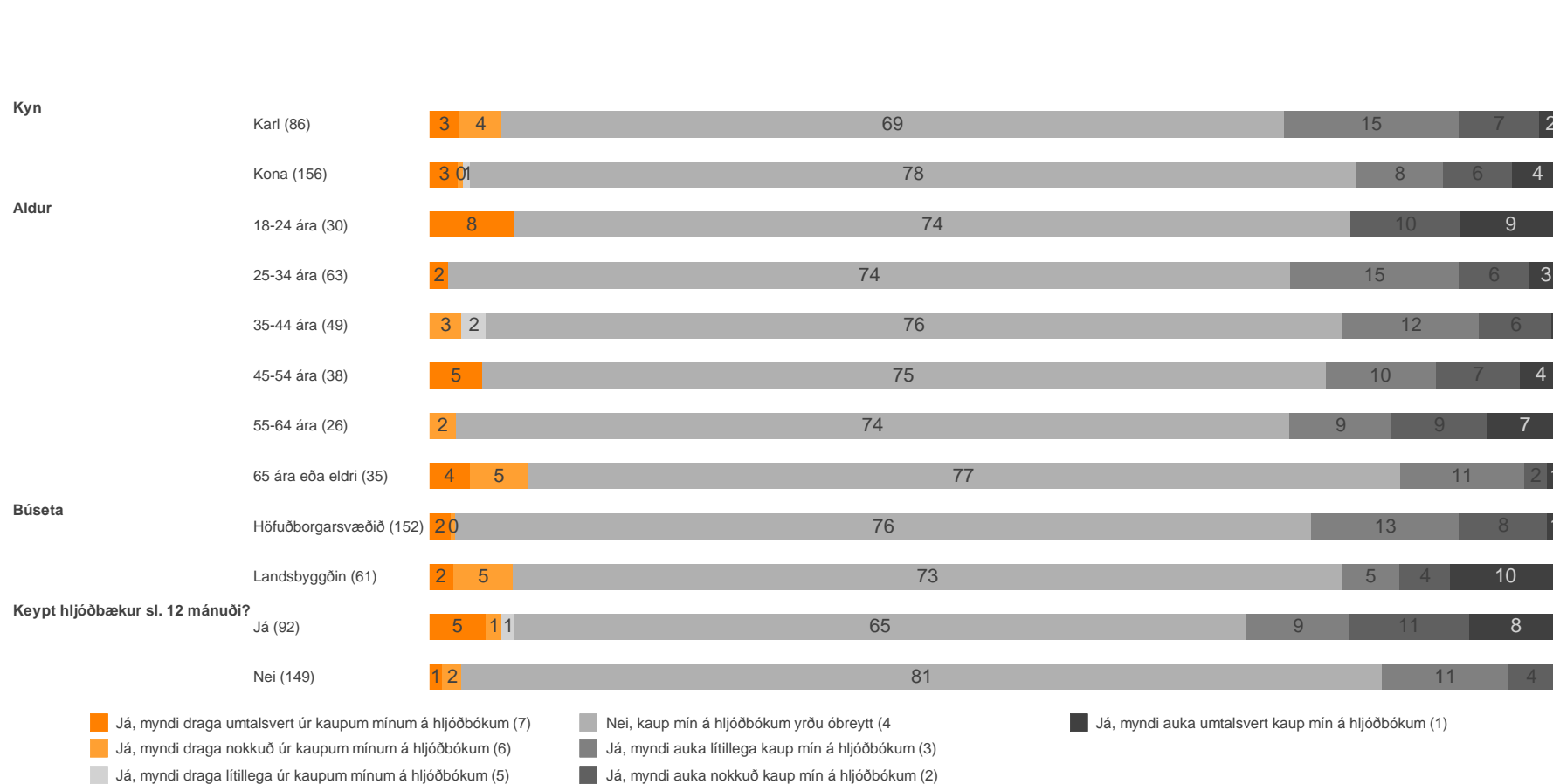
Nei, kaup mín á hljóðbókum yrðu óbreytt (181) 74.9%

Já, myndi auka lítillega kaup mín á hljóðbókum (25) 10.4%

Já, myndi auka nokkuð kaup mín á hljóðbókum (16) 6.5%

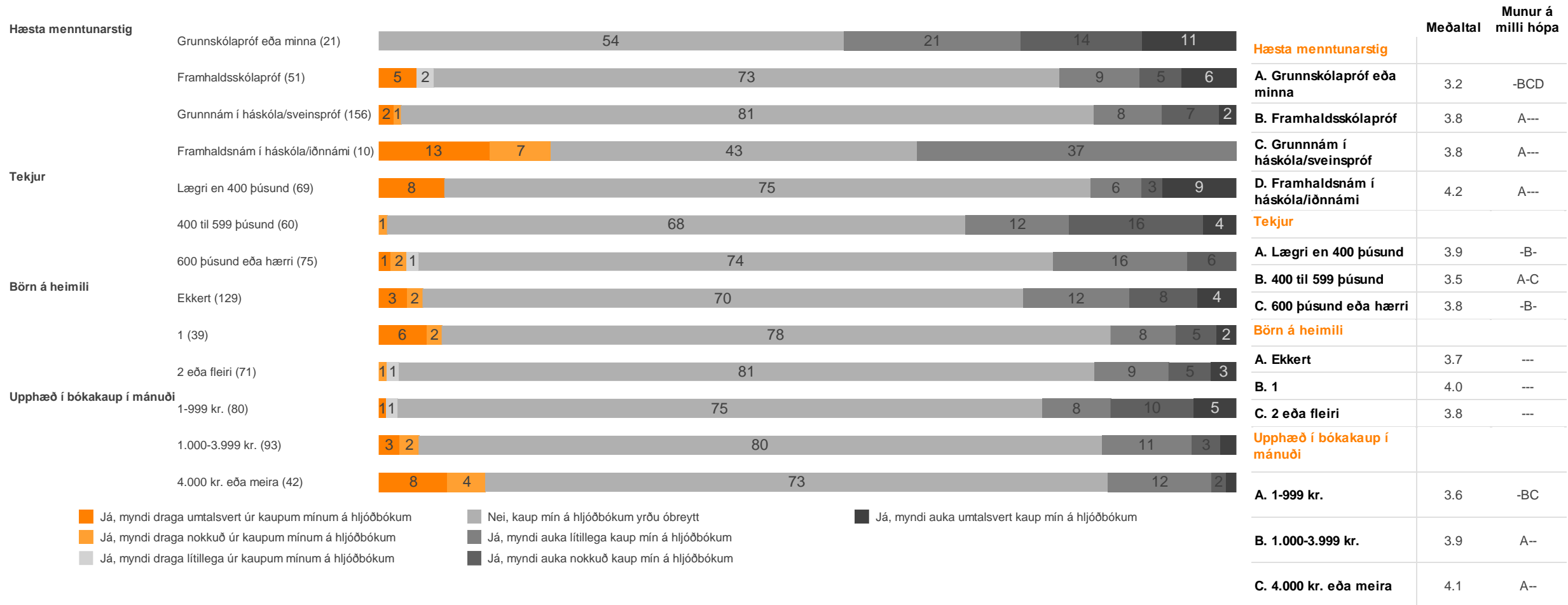
Já, myndi auka umtalsvert kaup mín á hljóðbókum (9) 3.6%

# Myndu minni kaup þín á prentuðum bókum hafa áhrif á kaup þín á hljóðbókum (stökum og í áskrift)?



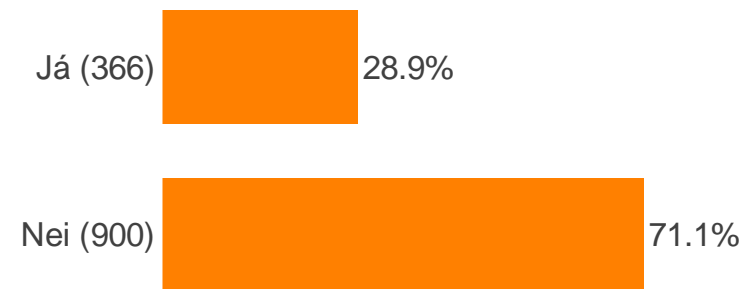
	Meðaltal	Munur á milli hópa
<b>Kyn</b>		
A. Karl	3.8	--
B. Kona	3.8	--
<b>Aldur</b>		
A. 18-24 ára	3.8	-----
B. 25-34 ára	3.7	-----F
C. 35-44 ára	3.8	-----
D. 45-54 ára	3.8	-----
E. 55-64 ára	3.6	-----F
F. 65 ára eða eldri	4.0	-B--E-
<b>Búseta</b>		
A. Höfuðborgarsvæðið	3.7	--
B. Landsbyggðin	3.7	--
<b>Keypt hljóðbækur sl. 12 mánuði?</b>		
A. Já	3.6	--
B. Nei	3.9	--

# Myndu minni kaup þín á prentuðum bókum hafa áhrif á kaup þín á hljóðbókum (stökum og í áskrift)?

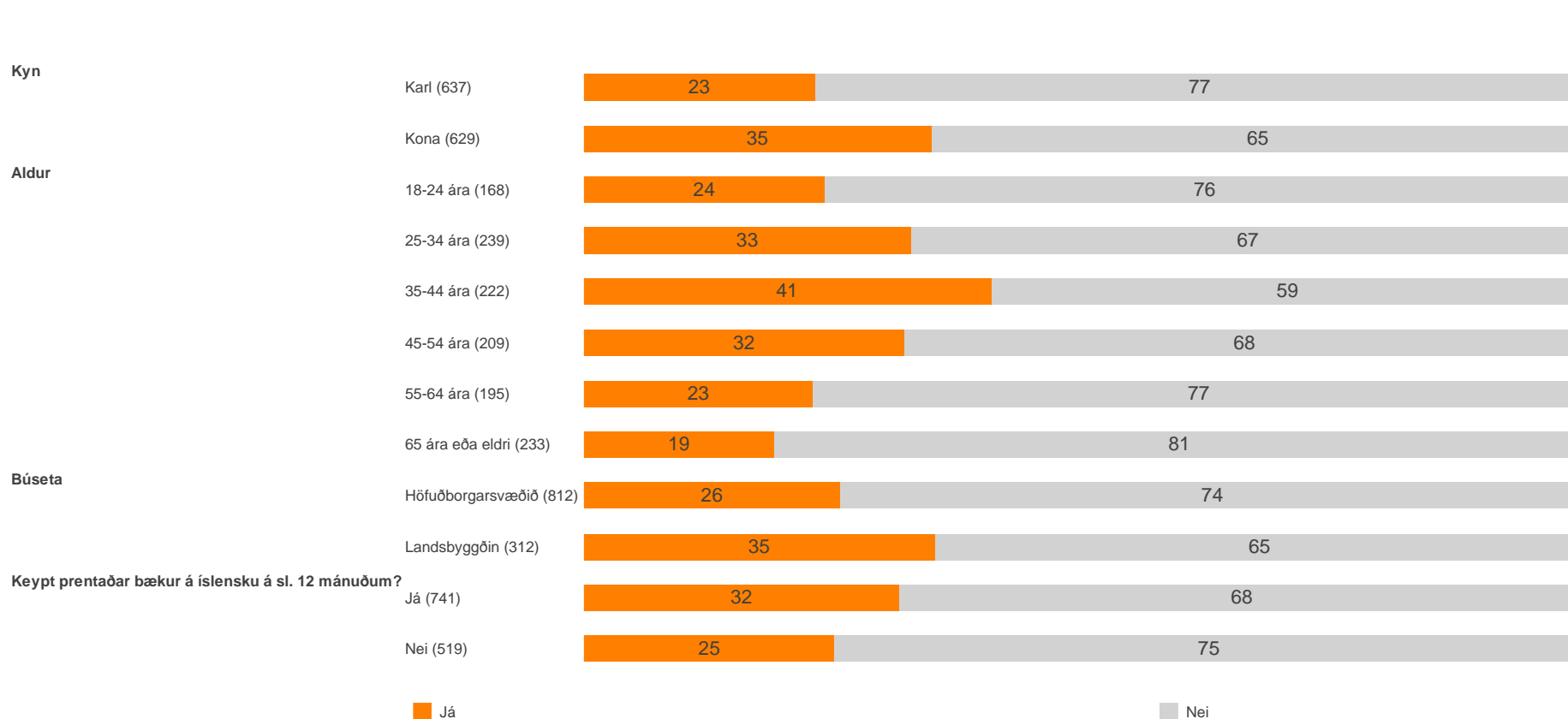


# Hefur þú keypt hljóðbækur á íslensku eða verið í áskrift að hljóðbókum á íslenskum, á sl. 12 mánuðum?

<b>Fjöldi svara</b>	<b>1273</b> <b>100.0%</b>
<b>Já</b>	366 28.8%
<b>Nei</b>	900 70.7%
<b>Veit ekki</b>	7 0.5%
<b>Vil ekki svara</b>	- -



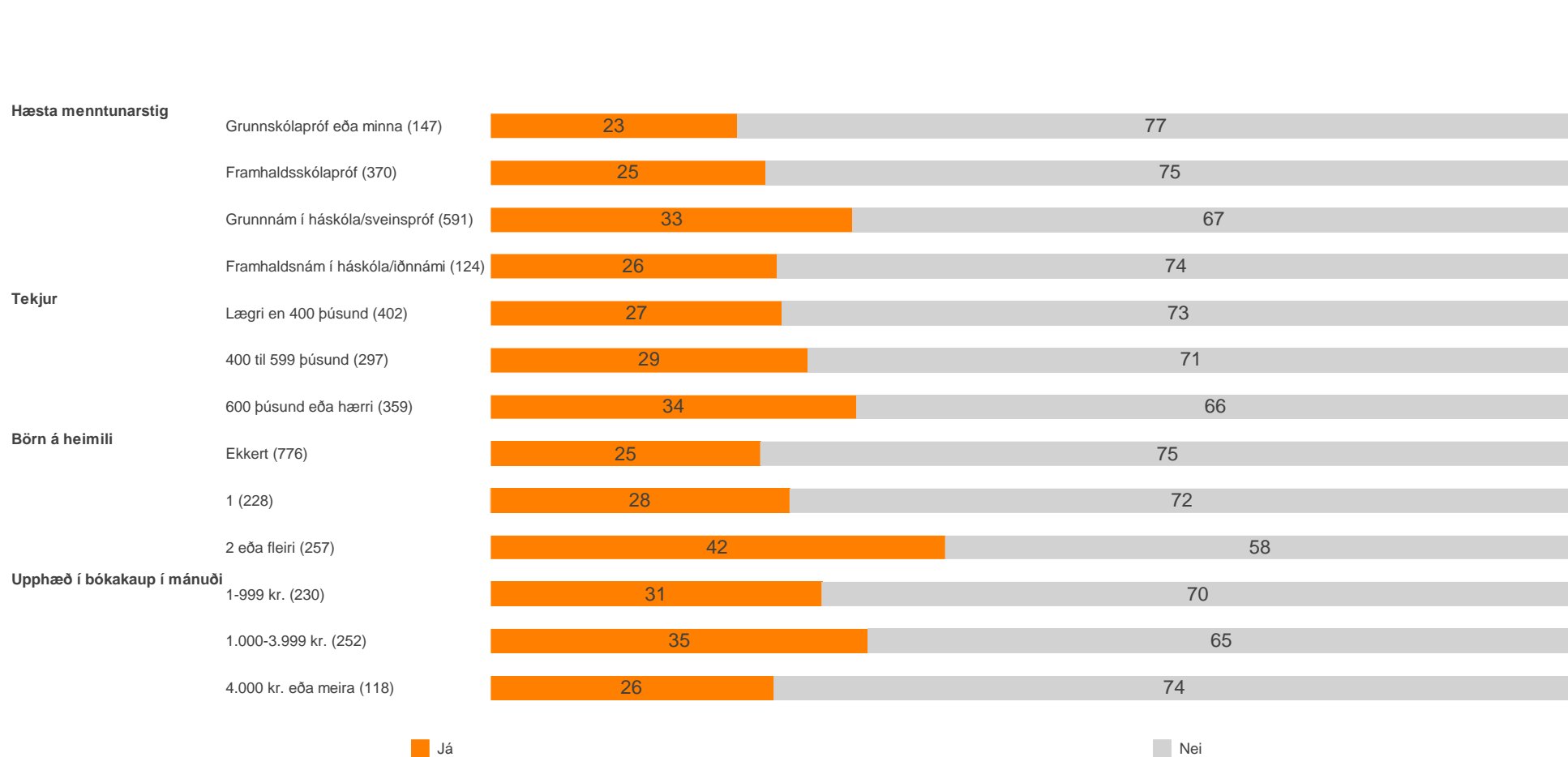
# Hefur þú keypt hljóðbækur á íslensku eða verið í áskrift að hljóðbókum á íslenskum, á sl. 12 mánuðum?



	Já	Nei
<b>Kyn</b>		
A. Karl	23.2% -B	76.8% -B
B. Kona	34.8% A-	65.2% A-
<b>Aldur</b>		
A. 18-24 ára	24.2% --C---	75.8% --C---
B. 25-34 ára	32.8% ----EF	67.2% ----EF
C. 35-44 ára	40.8% A--EF	59.2% A--EF
D. 45-54 ára	32.1% ----EF	67.9% ----EF
E. 55-64 ára	23.0% -BCD--	77.0% -BCD--
F. 65 ára eða eldri	19.1% -BCD--	80.9% -BCD--
<b>Búseta</b>		
A. Höfuðborgarsvæðið	25.7% -B	74.3% -B
B. Landsbyggðin	35.2% A-	64.8% A-
<b>Keypt prentaðar bækur á íslensku á sl. 12 mánuðum?</b>		
A. Já	31.6% -B	68.4% -B
B. Nei	25.1% A-	74.9% A-



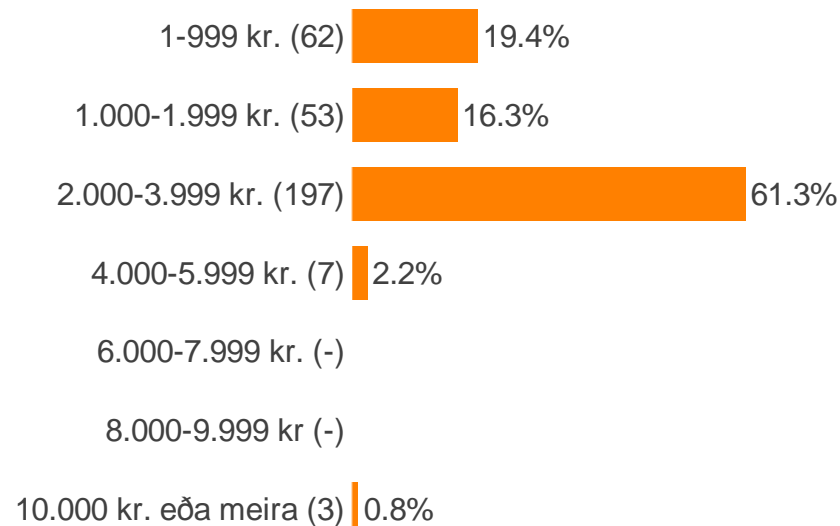
# Hefur þú keypt hljóðbækur á íslensku eða verið í áskrift að hljóðbókum á íslenskum, á sl. 12 mánuðum?



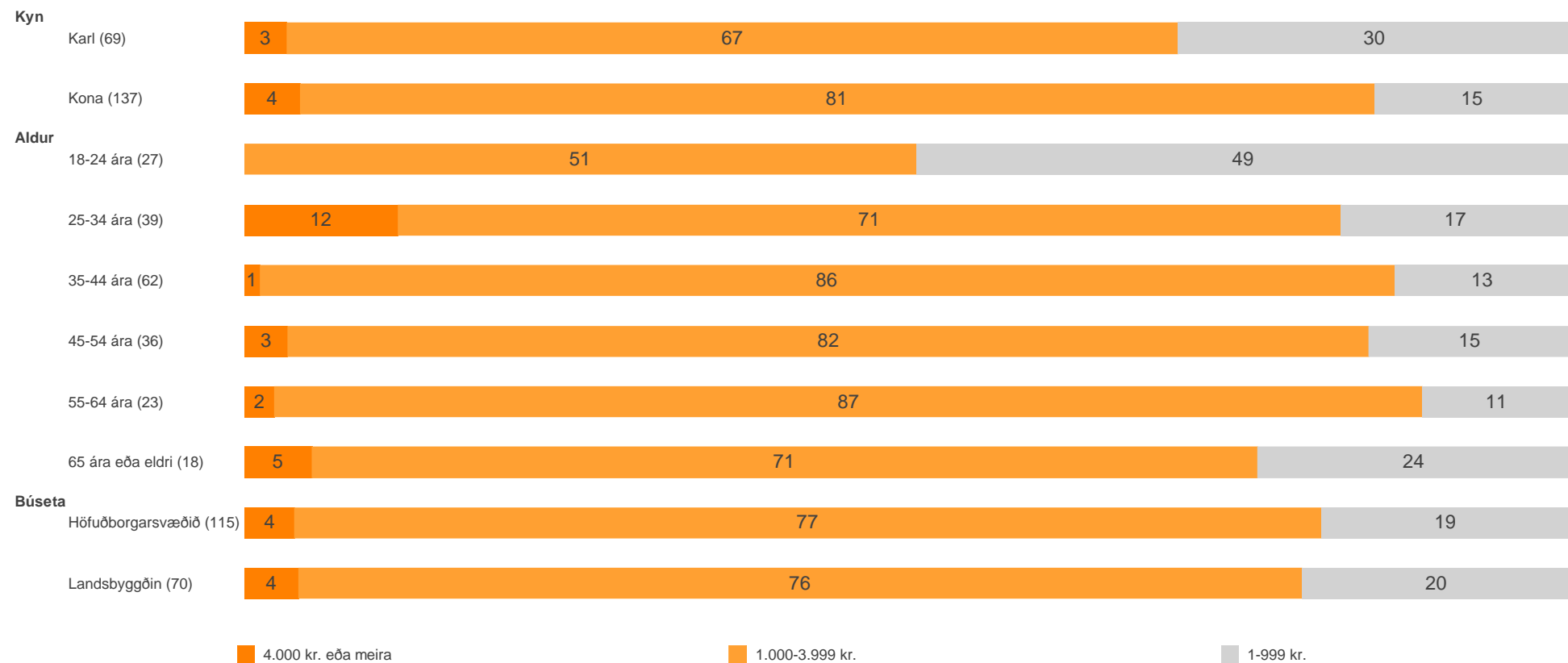
	Já	Nei
<b>Hæsta menntunarstig</b>		
A. Grunnskólapróf eða minna	22.8% --C-	77.2% --C-
B. Framhaldsskólapróf	25.4% --C-	74.6% --C-
C. Grunnám í háskóla/sveinspróf	33.4% AB--	66.6% AB--
D. Framhaldsnám í háskóla/iðnnámi	26.4% ----	73.6% ----
<b>Tekjur</b>		
A. Lægri en 400 þúsund	26.9% --C	73.1% --C
B. 400 til 599 þúsund	29.3% ---	70.7% ---
C. 600 þúsund eða hærrí	33.8% A--	66.2% A--
<b>Börn á heimili</b>		
A. Ekkert	24.9% --C	75.1% --C
B. 1	27.6% --C	72.4% --C
C. 2 eða fleiri	41.9% AB-	58.1% AB-
<b>Upphæð í bókakaup í mánuði</b>		
A. 1-999 kr.	30.5% ---	69.5% ---
B. 1.000-3.999 kr.	34.8% ---	65.2% ---
C. 4.000 kr. eða meira	26.1% ---	73.9% ---

# Hversu hárrí upphæð verð þú að jafnaði í mánuði hverjum í kaup eða áskriftargjald hljóðbóka á íslensku?

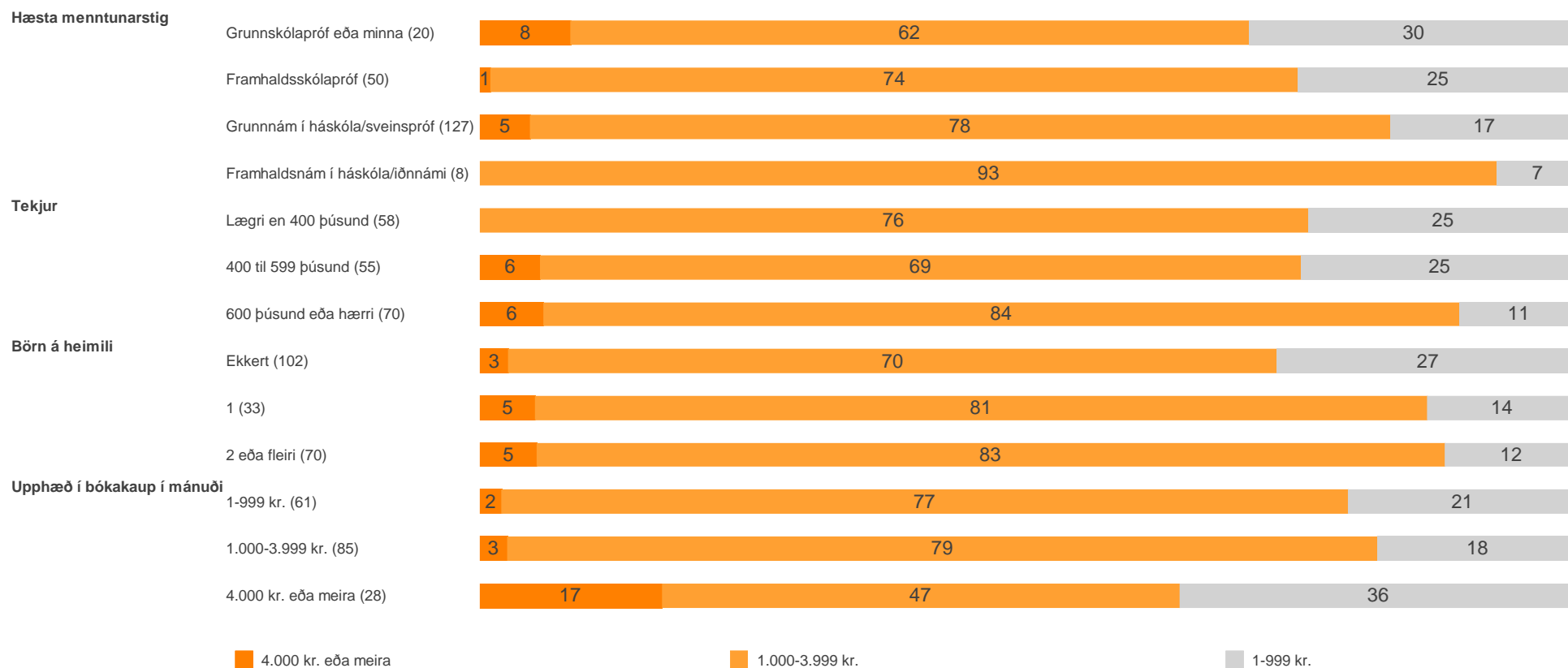
Fjöldi svara	366 100.0%
1-999 kr.	62 17.0%
1.000-1.999 kr.	53 14.3%
2.000-3.999 kr.	197 53.8%
4.000-5.999 kr.	7 1.9%
6.000-7.999 kr.	- -
8.000-9.999 kr.	- -
10.000 kr. eða meira	3 0.7%
Veit ekki	42 11.6%
Vil ekki svara	2 0.6%



# Hversu hárrí upphæð verð þú að jafnaði í mánuði hverjum í kaup eða áskriftargjald hljóðbóka á íslensku?



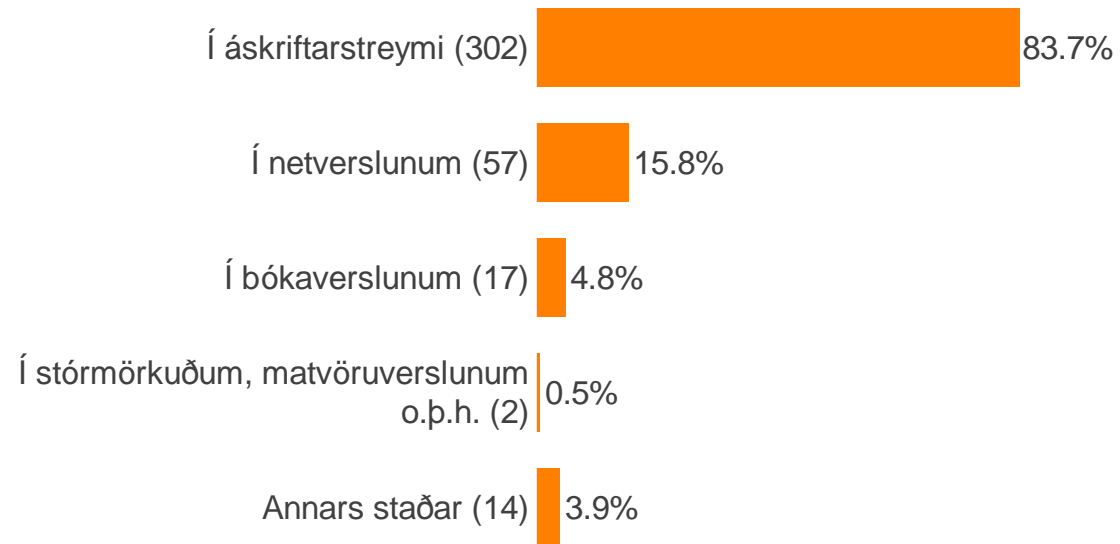
# Hversu hárrí upphæð verð þú að jafnaði í mánuði hverjum í kaup eða áskriftargjald hljóðbóka á íslensku?



# Hvar verslar þú oftast hljóðbækur á íslensku (stakar og í áskrift)?

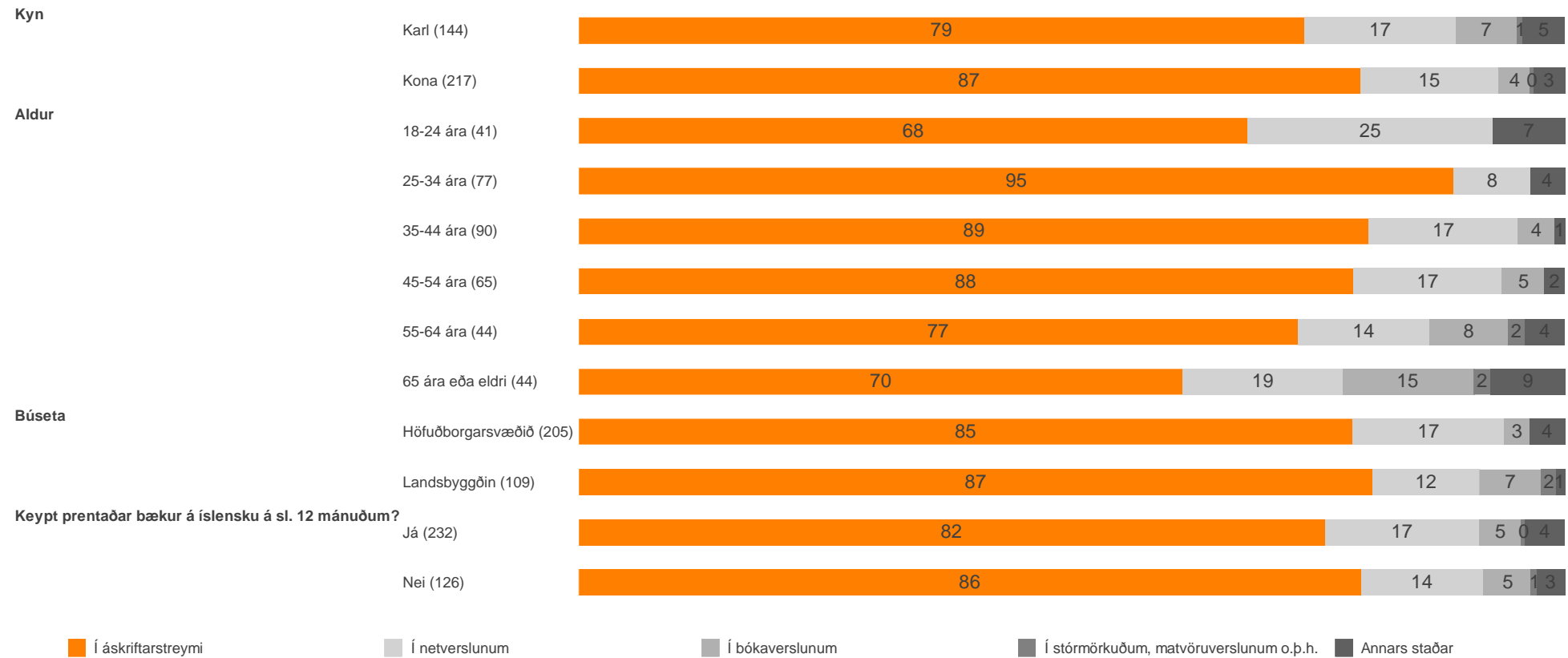
Vinsamlega veldu allt sem við á.

<b>Fjöldi svara</b>	<b>366</b> 100.0%
<b>Í bókaverslunum</b>	17 4.7%
<b>Í stórmörkuðum, matvöruverslunum o.þ.h.</b>	2 0.5%
<b>Í netverslunum</b>	57 15.5%
<b>Í áskriftarstreymi</b>	302 82.4%
<b>Annars staðar</b>	14 3.8%
<b>Veit ekki</b>	4 1.1%
<b>Vil ekki svara</b>	2 0.5%



# Hvar verslar þú oftast hljóðbækur á íslensku (stakar og í áskrift)?

Vinsamlega veldu allt sem við á.



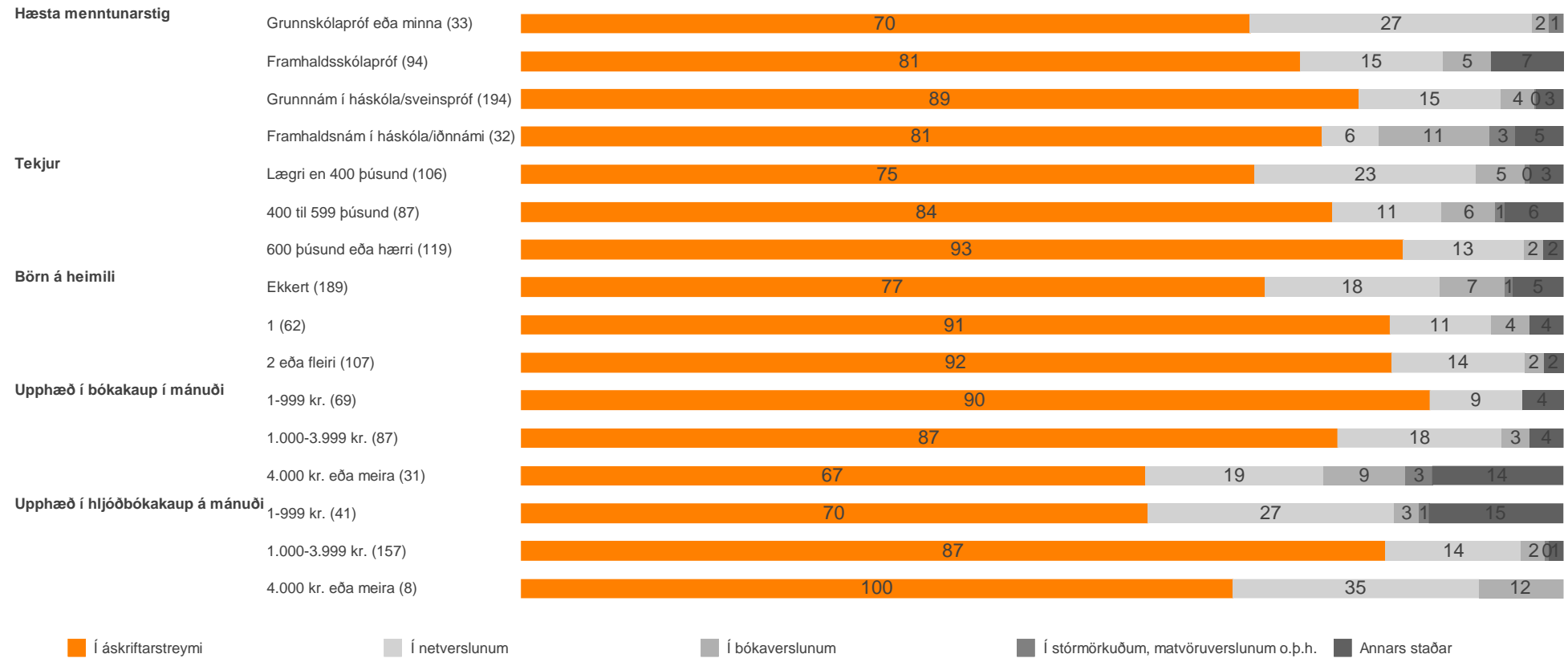
# Hvar verslar þú oftast hljóðbækur á íslensku (stakar og í áskrift)?

Vinsamlega veldu allt sem við á.

	Í áskriftarstreymi	Í netverslunum	Í bókaverslunum	Í stórmörkuðum, matvöruverslunum o.p.h.	Annars staðar
<b>Kyn</b>					
<b>A. Karl</b>	79.1% --	16.5% --	6.7% --	0.6% --	4.5% --
<b>B. Kona</b>	86.7% --	15.3% --	3.5% --	0.4% --	3.4% --
<b>Aldur</b>					
<b>A. 18-24 ára</b>	67.9% -BCD--	24.9% -B----	- ----F	- -----	7.2% -----
<b>B. 25-34 ára</b>	94.6% A---EF	8.2% A----	- ----EF	- -----	3.7% -----
<b>C. 35-44 ára</b>	88.8% A---F	16.7% -----	4.1% ----F	- -----	1.1% ----F
<b>D. 45-54 ára</b>	87.6% A---F	16.9% -----	4.8% -----	- -----	2.2% -----
<b>E. 55-64 ára</b>	77.1% -B---	14.1% -----	8.4% -B----	1.8% -----	4.2% -----
<b>F. 65 ára eða eldri</b>	70.0% -BCD--	18.5% -----	15.1% ABC---	2.0% -----	8.5% --C---
<b>Búseta</b>					
<b>A. Höfuðborgarsvæðið</b>	84.7% --	16.6% --	2.7% --	- --	3.8% --
<b>B. Landsbyggðin</b>	86.7% --	11.7% --	6.7% --	1.6% --	0.9% --
<b>Keypt prentaðar bækur á íslensku á sl. 12 mánuðum?</b>					
<b>A. Já</b>	82.2% --	17.0% --	4.6% --	0.4% --	4.3% --
<b>B. Nei</b>	86.4% --	13.5% --	5.3% --	0.6% --	3.0% --

# Hvar verslar þú oftast hljóðbækur á íslensku (stakar og í áskrift)?

Vinsamlega veldu allt sem við á.





# Hvar verslar þú oftast hljóðbækur á íslensku (stakar og í áskrift)?

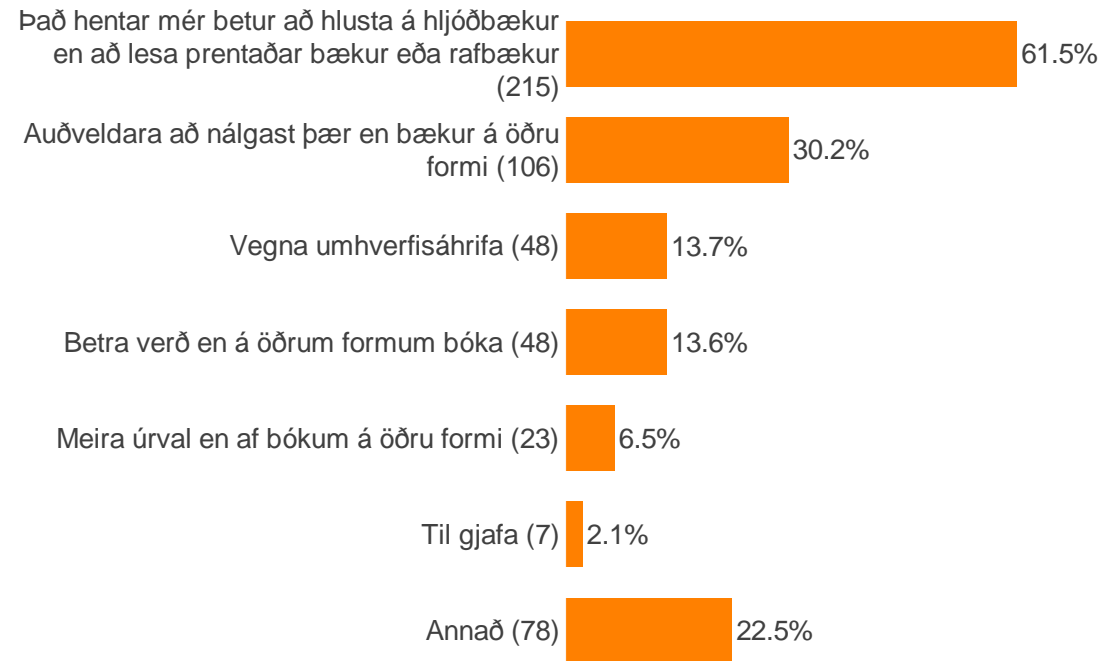
Vinsamlega veldu allt sem við á.

	í áskriftarstreymi	í netverslunum	í bókaverslunum	í stórmörkuðum, matvöruverslunum o.p.h.	Annars staðar
<b>Hæsta menntunarstig</b>					
A. Grunnskólaþróf eða minna	70.0% --C-	27.1% ---D	1.6% ---	1.3% ---	- ---
B. Framhaldsskólaþróf	81.0% ---	14.9% ---	5.0% ---	- ---	7.4% ---
C. Grunnám í háskóla/sveinsþróf	89.0% A--	15.1% ---	3.5% ---	0.2% ---	2.8% ---
D. Framhaldsnám í háskóla/iðnnámi	80.6% ---	5.7% A--	11.2% ---	2.6% ---	4.7% ---
<b>Tekjur</b>					
A. Lægrí en 400 þúsund	75.0% --C	22.7% -BC	5.0% ---	0.4% ---	3.4% ---
B. 400 til 599 þúsund	83.9% --C	11.3% A--	5.6% ---	0.9% ---	6.0% ---
C. 600 þúsund eða hærrí	92.8% AB-	12.7% A--	2.0% ---	- ---	2.1% ---
<b>Börn á heimili</b>					
A. Ekkert	77.0% -BC	18.1% ---	6.7% ---	0.9% ---	5.1% ---
B. 1	91.1% A--	10.6% ---	4.0% ---	- ---	3.5% ---
C. 2 eða fleiri	91.9% A--	14.1% ---	2.0% ---	- ---	2.0% ---
<b>Upphæð í bókakaup í mánuði</b>					
A. 1-999 kr.	89.5% --C	9.1% ---	- --C	- ---	4.0% ---
B. 1.000-3.999 kr.	87.4% --C	17.6% ---	3.0% ---	- ---	3.5% --C
C. 4.000 kr. eða meira	66.7% AB-	19.0% ---	8.8% A--	2.9% ---	13.9% -B-
<b>Upphæð í hljóðbókakaup á mánuði</b>					
A. 1-999 kr.	69.5% -B-	27.3% -B-	2.8% ---	1.1% ---	14.8% -B-
B. 1.000-3.999 kr.	86.5% A--	13.6% A--	2.4% ---	0.3% ---	1.4% A--
C. 4.000 kr. eða meira	100.0% ---	34.5% ---	11.8% ---	- ---	- ---

# Hverjar eru ástæður þess að þú hlustar á hljóðbækur?

Vinsamlega veldu allt sem við á.

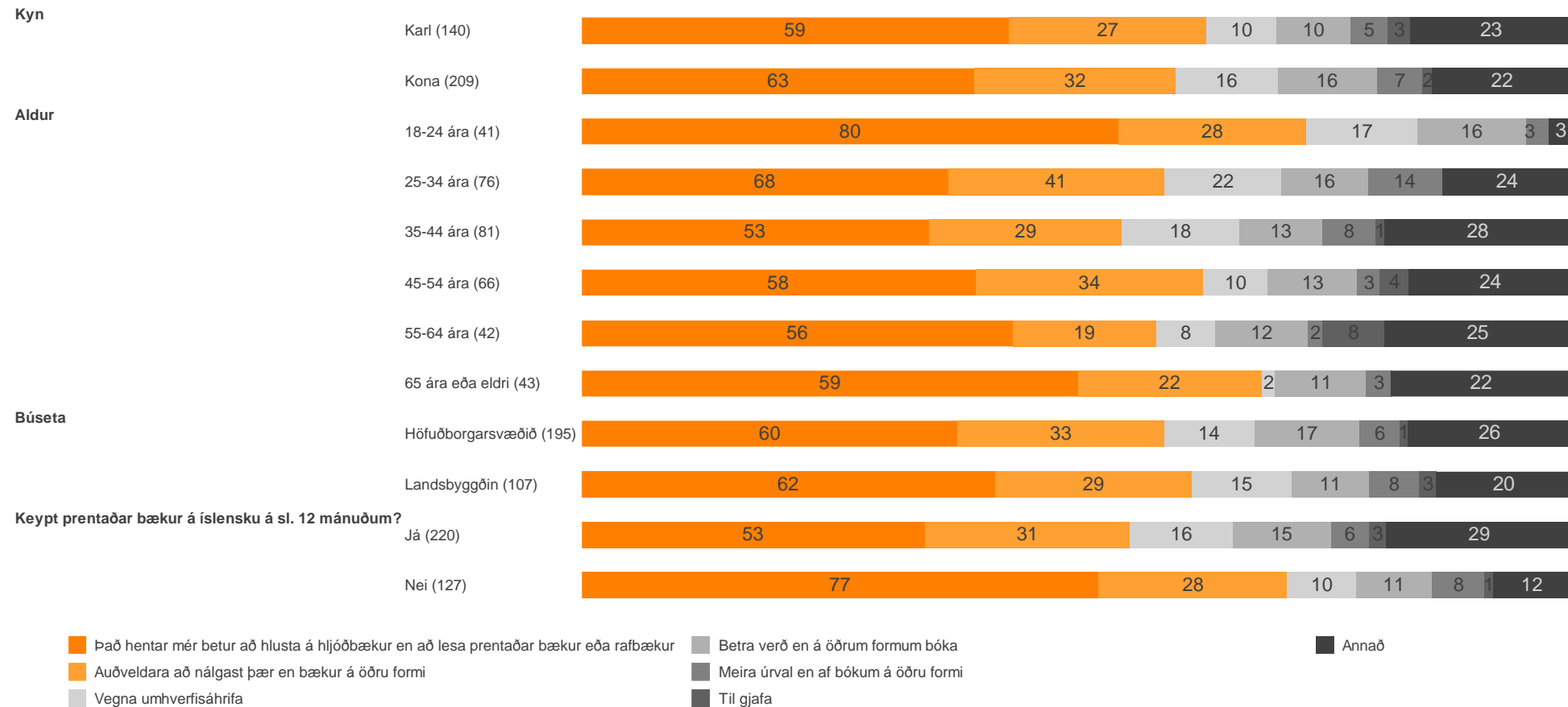
Fjöldi svara	365 100.0%
Það hentar mér betur að hlusta á hljóðbækur en að lesa prentaðar bækur eða rafbækur	215 58.8%
Auðveldara að nálgast þær en bækur á öðru formi	106 28.9%
Vegna umhverfisáhrifa	48 13.1%
Betra verð en á öðrum formum bóka	48 13.0%
Meira úrval en af bókum á öðru formi	23 6.2%
Til gjafa	7 2.0%
Annað	78 21.5%
Veit ekki	13 3.7%
Vil ekki svara	3 0.8%



Athugið að myndin til hægri sýnir aðeins hlutfall þeirra sem tóku afstöðu. Aðeins þau sem sögðust hafa keypt hljóðbækur fengu þessa spurningu. Valmöguleikum var raðað í handahófskennda röð. Dæmi um annað: Sparnaður, lesblinda, tilbreyting, hlusta þegar ég geri eitthvað annað (hlaup, við 45 akstur, líkamsrækt og vinnu), þægilegt, fyrir svefninn o.fl.

# Hverjar eru ástæður þess að þú hlustar á hljóðbækur?

Vinsamlega veldu allt sem við á.



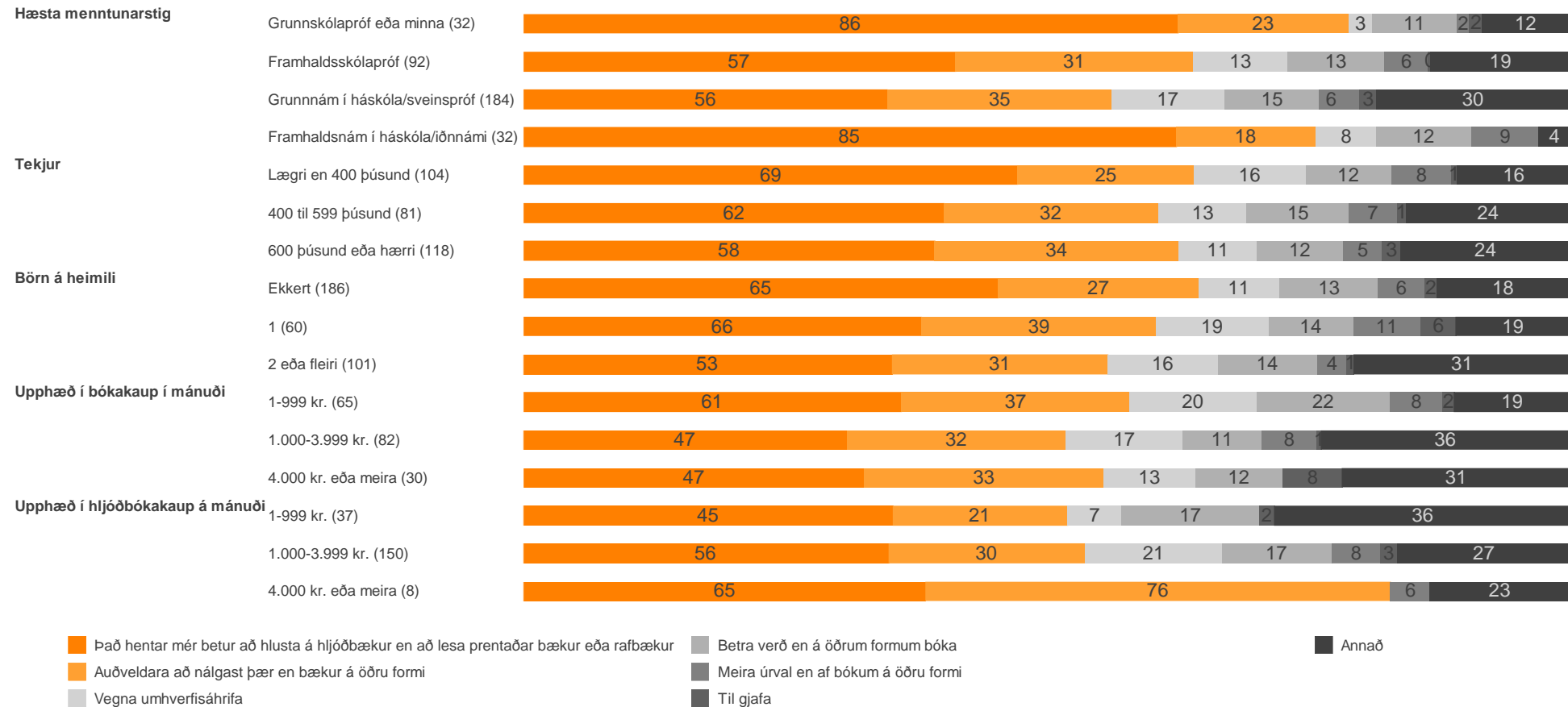
# Hverjar eru ástæður þess að þú hlustar á hljóðbækur?

Vinsamlega veldu allt sem við á.

	Það hentar mér betur að hlusta á hljóðbækur en að lesa prentaðar bækur eða rafrænar bækur	Auðveldara að nálgast þær en bækur á öðru formi	Vegna umhverfisáhrifa	Betra verð en á öðrum formum bóka	Meira úrval en af öðru formi	Til gjafa	Annað
<b>Kyn</b>							
A. Karl	59.2% --	27.4% --	9.7% --	10.2% --	5.2% --	3.0% --	22.5% --
B. Kona	63.0% --	32.1% --	16.4% --	15.9% --	7.3% --	1.5% --	22.4% --
<b>Aldur</b>							
A. 18-24 ára	79.8% --CDEF	27.8% -----	16.6% ----F	16.1% -----	3.4% -----	- -----	3.4% -BCDEF
B. 25-34 ára	68.4% --C--	40.6% ---EF	21.8% ---DEF	16.1% -----	13.9% ---DE-	- ---E-	24.2% A-----
C. 35-44 ára	52.5% AB---	29.3% -----	17.7% ----F	12.5% -----	8.1% -----	1.3% -----	28.4% A-----
D. 45-54 ára	58.4% A----	33.8% -----	9.5% -B----	13.3% -----	3.3% -B----	4.2% -----	24.3% A-----
E. 55-64 ára	56.3% A-----	18.7% -B----	7.6% -B----	12.2% -----	1.8% -B----	8.1% -B----	24.5% A-----
F. 65 ára eða eldri	59.0% A-----	21.8% -B----	1.6% ABC--	10.8% -----	2.9% -----	- -----	21.5% A-----
<b>Búseta</b>							
A. Höfuðborgarsvæðið	59.6% --	32.8% --	14.2% --	16.7% --	6.4% --	1.2% --	26.1% --
B. Landsbyggðin	61.5% --	29.1% --	14.9% --	11.4% --	7.5% --	2.5% --	20.2% --
<b>Keypt prentaðar bækur á íslensku á sl. 12 mánuðum?</b>							
A. Já	52.7% -B	31.3% --	15.9% --	15.0% --	5.8% --	2.6% --	28.5% -B
B. Nei	76.8% A-	28.0% --	10.3% --	11.2% --	7.8% --	1.2% --	11.8% A-

# Hverjar eru ástæður þess að þú hlustar á hljóðbækur?

Vinsamlega veldu allt sem við á.



■ Það hentar mér betur að hlusta á hljóðbækur en að lesa prentaðar bækur eða raðbækur  
■ Auðveldara að nálgast þær en bækur á öðru formi  
■ Vegna umhverfisáhrifa  
■ Betra verð en á öðrum formum bóka  
■ Meira úrval en af bókum á öðru formi  
■ Til gjafa  
■ Annað

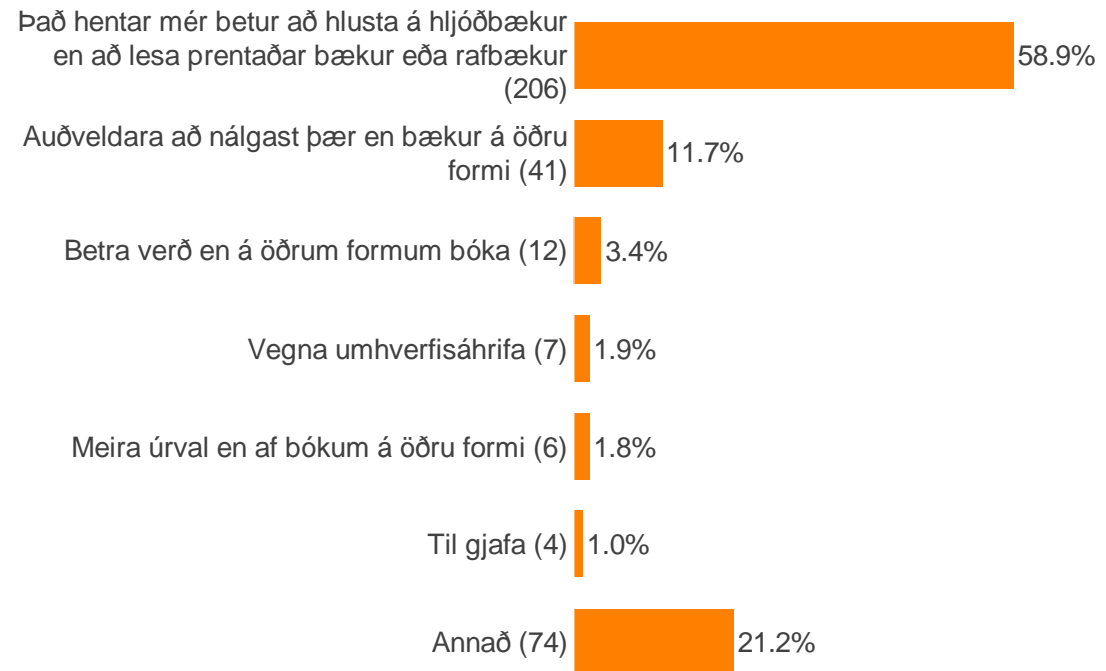
# Hverjar eru ástæður þess að þú hlustar á hljóðbækur?

Vinsamlega veldu allt sem við á.

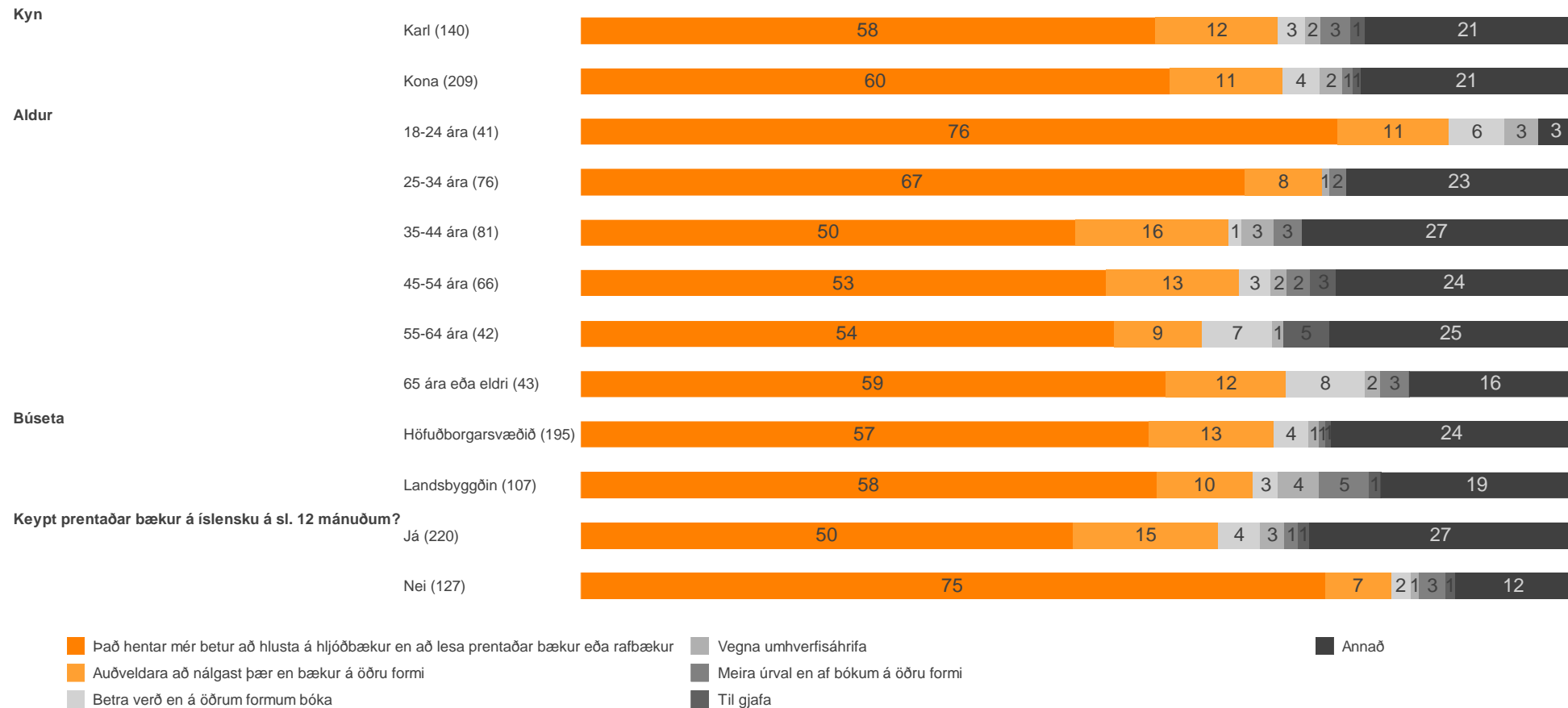
	Það hentar mér betur að hlusta á hljóðbækur en að lesa prentaðar bækur eða raðbækur	Auðveldara að nálgast þær en bækur á öðru formi	Vegna umhverfisáhrifa	Betra verð en á öðrum formum bóka	Meira úrval en af bókum á öðru formi	Til gjafa	Annað
<b>Hæsta menntunarstig</b>							
<b>A. Grunnskólapróf eða minna</b>	85.9% -BC-	22.5% ----	3.0% --C-	11.2% ----	1.6% ----	1.6% ----	11.7% --C-
<b>B. Framhaldsskólapróf</b>	57.1% A-D	31.4% ----	12.5% ----	12.8% ----	5.8% ----	0.3% ----	18.5% --C-
<b>C. Grunnám í háskóla/sveinspróf</b>	56.1% A-D	34.6% ----	17.4% A---	14.6% ----	6.2% ----	2.5% ----	30.0% AB-D
<b>D. Framhaldsnám í háskóla/iðnnámi</b>	85.1% -BC-	18.2% ----	7.9% ----	12.4% ----	8.7% ----	- ----	4.2% --C-
<b>Tekjur</b>							
<b>A. Lægrí en 400 þúsund</b>	69.2% ---	24.7% ---	15.6% ---	12.1% ---	8.3% ---	0.8% ---	15.9% ---
<b>B. 400 til 599 þúsund</b>	62.4% ---	31.8% ---	13.1% ---	15.2% ---	7.0% ---	1.4% ---	24.4% ---
<b>C. 600 þúsund eða hærrí</b>	57.7% ---	34.2% ---	10.9% ---	12.2% ---	5.4% ---	2.5% ---	23.9% ---
<b>Börn á heimili</b>							
<b>A. Ekkert</b>	64.6% ---	27.2% ---	11.1% ---	13.3% ---	6.4% ---	1.5% ---	18.3% --C
<b>B. 1</b>	66.3% ---	39.2% ---	18.7% ---	14.2% ---	11.1% ---	5.8% ---	19.2% ---
<b>C. 2 eða fleiri</b>	53.3% ---	31.3% ---	15.9% ---	14.4% ---	4.2% ---	1.0% ---	31.4% A--
<b>Upphæð í bókakaup í mánuði</b>							
<b>A. 1-999 kr.</b>	60.7% ---	36.7% ---	20.3% ---	21.5% ---	8.4% ---	1.8% ---	18.8% -B-
<b>B. 1.000-3.999 kr.</b>	46.7% ---	31.6% ---	16.9% ---	11.4% ---	8.0% ---	0.6% ---	36.0% --C
<b>C. 4.000 kr. eða meira</b>	46.5% ---	32.7% ---	12.5% ---	11.9% ---	- ---	8.1% -B-	31.2% ---
<b>Upphæð í hljóðbókakaup á mánuði</b>							
<b>A. 1-999 kr.</b>	45.3% ---	21.4% --C	6.7% -B-	16.8% ---	- ---	1.9% ---	36.3% ---
<b>B. 1.000-3.999 kr.</b>	55.9% ---	30.2% --C	20.9% A--	16.8% ---	7.5% ---	2.5% ---	26.6% ---
<b>C. 4.000 kr. eða meira</b>	65.3% ---	75.5% AB-	- ---	- ---	6.3% ---	- ---	22.9% ---

# Hver er meginástæða þess að þú hlustar á hljóðbækur?

Fjöldi svara	357 100.0%
Það hentar mér betur að hlusta á hljóðbækur en að lesa prentaðar bækur eða raðbækur	206 57.5%
Auðveldara að nálgast þær en bækur á öðru formi	41 11.4%
Betra verð en á öðrum formum bóka	12 3.3%
Vegna umhverfisáhrifa	7 1.9%
Meira úrval en af bókum á öðru formi	6 1.8%
Til gjafa	4 1.0%
Annað	74 20.7%
Veit ekki	6 1.6%
Vil ekki svara	3 0.8%



# Hver er meginástæða þess að þú hlustar á hljóðbækur?

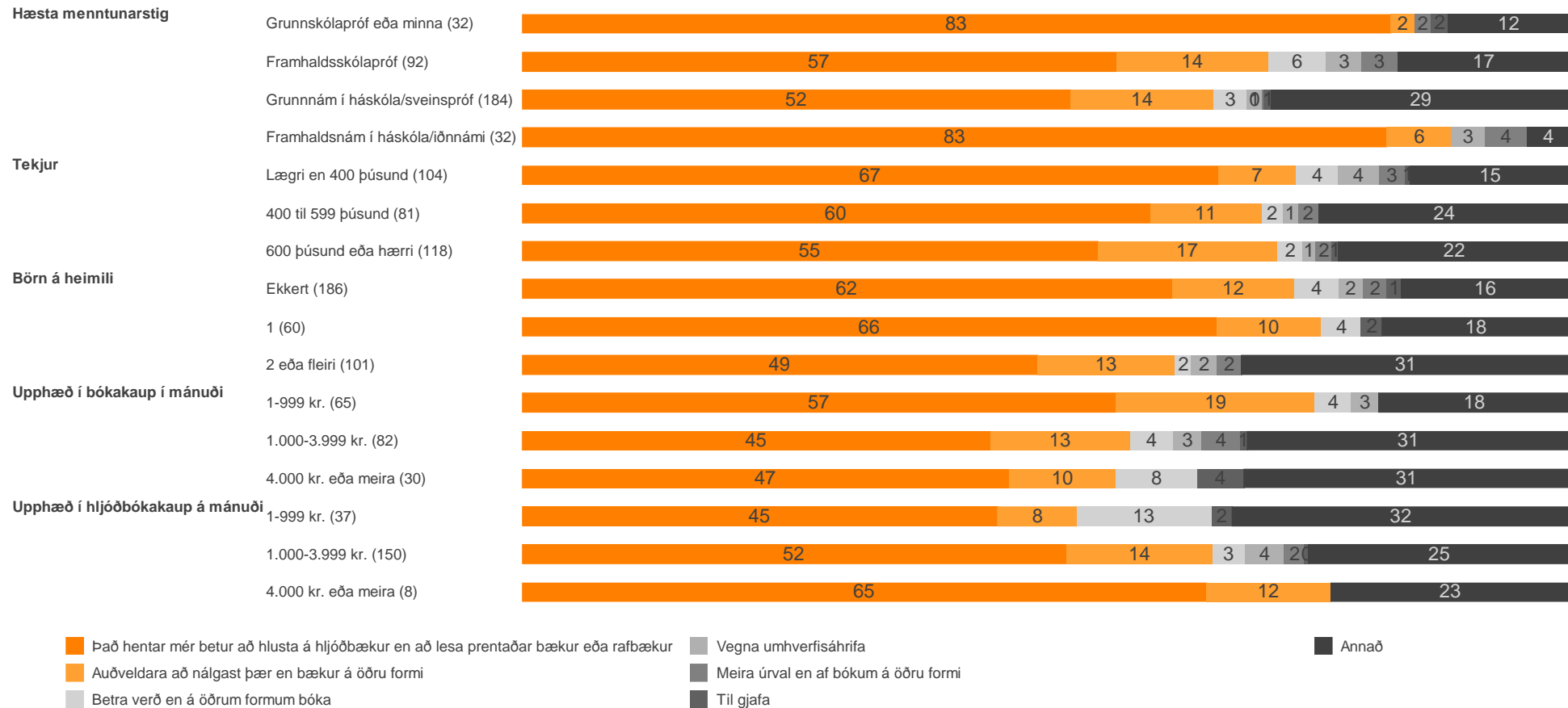




# Hver er meginástæða þess að þú hlustar á hljóðbækur?

	Það hentar mér betur að hlusta á hljóðbækur en að lesa prentaðar bækur eða rafrætur	Auðveldara að nálgast þær en bækur á öðru formi	Betra verð en á öðrum formum bóka	Vegna umhverfisáhrifa	Meira úrval en af bókum á öðru formi	Til gjafa	Annað
<b>Kyn</b>							
A. Karl	58.1% --	12.4% --	2.7% --	1.6% --	3.0% --	1.4% --	21.0% --
B. Kona	59.5% --	11.3% --	3.8% --	2.2% --	1.1% --	0.8% --	21.3% --
<b>Aldur</b>							
A. 18-24 ára	76.4% --CDE-	11.2% -----	5.6% -B----	3.4% -----	- -----	- -----	3.4% -BCDEF
B. 25-34 ára	67.0% --C--	7.8% -----	- A--EF	0.7% -----	1.7% -----	- -----	22.8% A-----
C. 35-44 ára	50.0% AB----	15.5% -----	1.2% -----	3.3% -----	2.8% -----	- -----	27.3% A-----
D. 45-54 ára	53.1% A-----	13.4% -----	3.2% -----	1.6% -----	2.4% -----	2.6% -----	23.8% A-----
E. 55-64 ára	53.8% A-----	8.9% -----	7.1% -B----	1.1% -----	- -----	4.6% -----	24.5% A-----
F. 65 ára eða eldri	59.0% -----	12.1% -----	7.9% -B----	1.6% -----	2.9% -----	- -----	16.4% A-----
<b>Búseta</b>							
A. Höfuðborgarsvæðið	57.3% --	12.7% --	3.5% --	1.1% --	0.6% -B	0.6% --	24.3% --
B. Landsbyggðin	58.2% --	9.7% --	2.5% --	4.2% --	5.0% A-	1.2% --	19.3% --
<b>Keypt prentaðar bækur á íslensku á sl. 12 mánuðum?</b>							
A. Já	49.7% -B	14.6% -B	4.2% --	2.5% --	1.4% --	1.1% --	26.5% -B
B. Nei	75.0% A-	6.7% A-	1.9% --	0.9% --	2.7% --	0.9% --	11.8% A-

# Hver er meginástæða þess að þú hlustar á hljóðbækur?



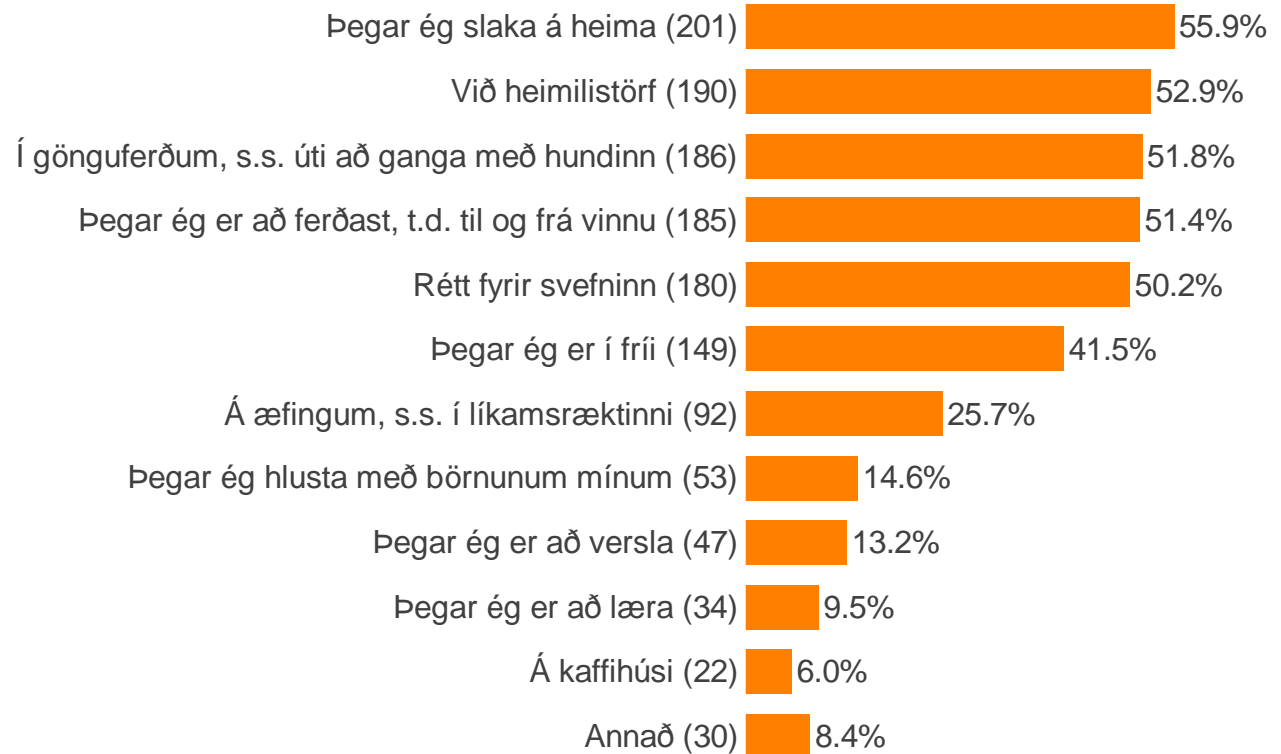
# Hver er meginástæða þess að þú hlustar á hljóðbækur?

	Það hentar mér betur að hlusta á hljóðbækur en að lesa prentaðar bækur eða rafbækur	Auðveldara að nálgast þær en bækur á öðru formi	Betra verð en á öðrum formum bóka	Vegna umhverfisáhrifa	Meira úrval en af bókum á öðru formi	Til gjafa	Annað
<b>Hæsta menntunarstig</b>							
<b>A. Grunnskólapróf eða minna</b>	82.9% -BC-	2.2% ---	- ---	- ---	1.6% ---	1.6% ---	11.7% --C-
<b>B. Framhaldsskólapróf</b>	56.7% A-D	14.4% ---	5.5% ---	3.4% ---	3.4% --C-	- ---	16.5% --C-
<b>C. Grunnám í háskóla/sveinspróf</b>	52.3% A-D	13.6% ---	3.2% ---	1.4% ---	0.2% -B-D	0.7% ---	28.5% AB-D
<b>D. Framhaldsnám í háskóla/iðnnámi</b>	82.5% -BC-	6.1% ---	- ---	3.2% ---	4.0% --C-	- ---	4.2% --C-
<b>Tekjur</b>							
<b>A. Lægrí en 400 þúsund</b>	66.5% ---	7.4% -C	4.0% ---	3.9% ---	2.5% ---	0.5% ---	15.3% ---
<b>B. 400 til 599 þúsund</b>	59.9% ---	10.6% ---	2.0% ---	1.4% ---	2.0% ---	- ---	24.0% ---
<b>C. 600 þúsund eða hærrí</b>	54.9% ---	17.2% A--	2.3% ---	1.3% ---	1.5% ---	0.6% ---	22.2% ---
<b>Börn á heimili</b>							
<b>A. Ekkert</b>	62.0% -C	11.7% ---	4.2% ---	2.3% ---	2.3% ---	1.3% ---	16.2% -C
<b>B. 1</b>	66.3% -C	10.0% ---	3.8% ---	- ---	- ---	2.0% ---	18.0% ---
<b>C. 2 eða fleiri</b>	49.2% AB-	13.1% ---	1.6% ---	2.4% ---	2.3% ---	- ---	31.4% A--
<b>Upphæð í bókakaup í mánuði</b>							
<b>A. 1-999 kr.</b>	56.7% ---	18.9% ---	3.5% ---	2.6% ---	- ---	- ---	18.3% ---
<b>B. 1.000-3.999 kr.</b>	44.7% ---	13.3% ---	4.1% ---	2.7% ---	3.7% ---	0.6% ---	30.9% ---
<b>C. 4.000 kr. eða meira</b>	46.5% ---	10.2% ---	7.7% ---	- ---	- ---	4.4% ---	31.2% ---
<b>Upphæð í hljóðbókakaup á mánuði</b>							
<b>A. 1-999 kr.</b>	45.3% ---	7.6% ---	12.8% -B-	- ---	- ---	1.9% ---	32.3% ---
<b>B. 1.000-3.999 kr.</b>	51.9% ---	13.9% ---	3.1% A--	3.7% ---	2.0% ---	0.3% ---	25.0% ---
<b>C. 4.000 kr. eða meira</b>	65.3% ---	11.8% ---	- ---	- ---	- ---	- ---	22.9% ---

# Hvenær hlustar þú á hljóðbækur?

Vinsamlega veldu allt sem við á.

Fjöldi svara	366 100.0%
Þegar ég slaka á heima	201 54.8%
Við heimilistörf	190 51.8%
Í gönguferðum, s.s. úti að ganga með hundinn	186 50.8%
Þegar ég er að ferðast, t.d. til og frá vinnu	185 50.5%
Rétt fyrir svefninn	180 49.3%
Þegar ég er í fríi	149 40.7%
Á æfingum, s.s. í líkamsræktinni	92 25.2%
Þegar ég hlusta með börnunum mínum	53 14.4%
Þegar ég er að versla	47 12.9%
Þegar ég er að læra	34 9.4%
Á kaffihúsi	22 5.9%
Annað	30 8.3%
Veit ekki	6 1.7%
Vil ekki svara	1 0.2%



Athugið að myndin til hægri sýnir aðeins hlutfall þeirra sem tóku afstöðu. Valmöguleikum var raðað í handahófskennda röð. Aðeins þau sem sögðust hafa keypt hljóðbækur fengu þessa spurningu. Dæmi um annað:

# Hvenær hlustar þú á hljóðbækur?

Vinsamlega veldu allt sem við á.

	Þegar ég slaka á heima	Við heimilistörf	Í gönguferðum, s.s. úti að ganga með hundinn	Þegar ég er að ferðast, t.d. til og frá vinnu	Rétt fyrir svefninn	Þegar ég er í frii	Á æfingum, s.s. í líkamsræktinni	Þegar ég hlusta með börnunum mínum	Þegar ég er að versla	Þegar ég er að læra	Á kaffihúsi	Annað
<b>Kyn</b>												
A. Karl	44.4% -B	33.3% -B	37.8% -B	49.7% --	48.3% --	36.7% --	23.8% --	8.5% -B	6.8% -B	8.1% --	5.5% --	9.8% --
B. Kona	63.5% A-	65.8% A-	61.2% A-	52.6% --	51.5% --	44.7% --	26.9% --	18.7% A-	17.4% A-	10.5% --	6.3% --	7.5% --
<b>Aldur</b>												
A. 18-24 ára	57.1% -----	40.3% -BC--F	36.9% -BC--F	55.3% ----F	56.0% -----	35.4% -----	28.9% ----F	- -BCD--	17.7% ---D-F	46.9% -BCDEF	10.5% ----F	7.2% -----
B. 25-34 ára	62.1% -----	76.2% A--DEF	73.7% A--DEF	72.7% --CDEF	44.4% ----F	45.3% ----F	45.4% --CDEF	24.8% A--DEF	27.2% --CDEF	8.4% A----F	9.8% ----F	8.8% -----
C. 35-44 ára	51.3% -----	64.3% A--DEF	59.4% A---F	54.5% -B---F	40.9% ---D-F	42.9% -----	26.2% -B---F	27.8% A--DEF	13.7% -B-D-F	7.7% A----	5.3% -----	4.7% ---D--
D. 45-54 ára	53.4% -----	46.2% -BC--F	54.7% -B---F	45.4% -B---F	60.5% --C-E-	46.1% ----F	22.0% -B--F	11.4% ABC--F	3.7% ABC--	2.1% A----	2.8% -----	15.5% --C--
E. 55-64 ára	53.4% -----	44.9% -BC--F	42.7% -B---F	40.8% -B----	41.3% ---D-F	45.6% -----	12.5% -B----	3.0% -BC--	8.3% -B----	1.2% A----	7.2% -----	10.1% -----
F. 65 ára eða eldri	59.5% -----	17.8% ABCDE-	16.8% ABCDE-	23.8% ABCD--	67.9% -BC-E-	26.8% -B-D--	5.3% ABCD--	- -BCD--	2.2% ABC--	- AB----	- AB----	4.4% -----
<b>Búseta</b>												
A. Höfuðborgarsvæðið	54.5% --	55.6% --	57.6% --	53.9% --	50.0% --	40.2% --	33.0% -B	14.1% --	18.2% -B	6.0% -B	8.3% --	9.1% --
B. Landsbyggðin	53.4% --	51.4% --	46.6% --	46.2% --	46.9% --	41.8% --	18.2% A-	13.2% --	7.0% A-	16.0% A-	4.0% --	8.8% --
<b>Keypt prentaðar bækur á íslensku á sl. 12 mánuðum?</b>												
A. Já	52.0% -B	56.0% --	51.3% --	54.8% --	50.0% --	41.8% --	26.8% --	20.2% -B	11.4% --	10.4% --	5.6% --	9.3% --
B. Nei	63.0% A-	47.5% --	53.3% --	45.2% --	49.9% --	40.7% --	23.5% --	4.2% A-	16.4% --	8.1% --	6.8% --	6.9% --

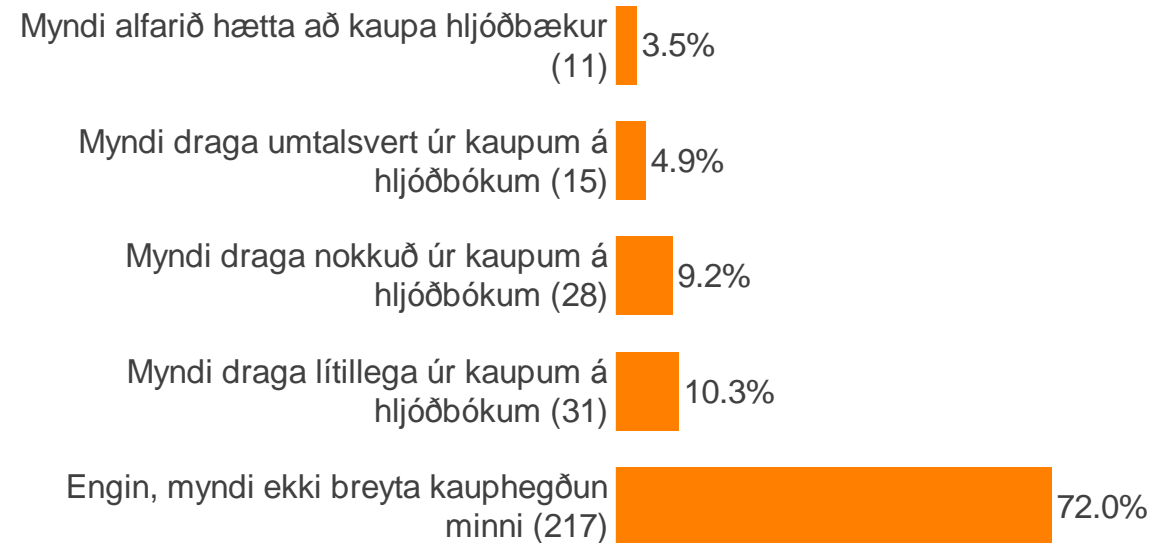
# Hvenær hlustar þú á hljóðbækur?

Vinsamlega veldu allt sem við á.

	Þegar ég slaka á heima	Við heimilisstörf	Í gönguferðum, s.s. úti að ganga með hundinn	Þegar ég er að ferðast, t.d. til og frá vinnu	Rétt fyrir svefninn	Þegar ég er í frii	Á æfingum, s.s. í líkamsræktinni	Þegar ég hlusta með börnunum minum	Þegar ég er að versta	Þegar ég er að læra	Á kaffihúsi	Annað
<b>Hæsta menntunarsstig</b>												
<b>A. Grunnskólapróf eða minna</b>	40.6% -B--	46.9% ---	39.8% -C-	37.0% -C-	39.4% ---	44.8% ---	18.2% ---	13.1% ---	7.0% ---	40.3% -BCD	-	13.5% ---
<b>B. Framhaldsskólapróf</b>	64.1% A--	46.8% -C-	46.7% -CD	50.7% ---	44.0% ---	36.1% ---	25.5% ---	14.2% ---	13.5% ---	6.4% A--	7.3% ---	5.1% ---
<b>C. Grunnám í háskóla/sveinspróf</b>	54.5% ---	61.0% -B-D	61.4% AB-D	56.6% A--	52.9% ---	43.4% ---	29.7% -D	16.2% ---	16.2% ---	7.7% A--	7.1% ---	9.1% ---
<b>D. Framhaldsnám í háskóla/iðnnámi</b>	55.4% ---	32.1% -C-	20.5% -BC-	45.3% ---	60.5% ---	35.7% ---	9.4% -C-	11.2% ---	3.1% ---	-	3.1% A--	10.2% ---
<b>Tekjur</b>												
<b>A. Lægri en 400 þúsund</b>	56.3% ---	55.1% ---	57.1% ---	54.0% ---	51.0% ---	36.2% ---	26.0% ---	15.0% ---	16.1% ---	13.7% -C	7.3% ---	4.9% ---
<b>B. 400 til 599 þúsund</b>	62.5% ---	51.4% ---	47.3% ---	42.6% -C	50.4% ---	46.3% ---	21.3% ---	17.3% ---	16.3% ---	15.9% -C	4.9% ---	12.7% ---
<b>C. 600 þúsund eða hærrí</b>	54.3% ---	57.4% ---	55.2% ---	61.8% -B-	49.1% ---	44.3% ---	31.5% ---	12.4% ---	11.1% ---	2.5% AB-	7.2% ---	7.2% ---
<b>Börn á heimili</b>												
<b>A. Ekkert</b>	60.5% ---	45.2% -BC	43.9% -B-	46.3% -B-	54.5% -C	42.2% ---	23.4% ---	2.1% -BC	11.7% ---	11.9% ---	6.0% ---	8.0% ---
<b>B. 1</b>	50.4% ---	68.5% A--	72.4% A-C	72.2% A-C	59.9% -C	46.5% ---	33.8% ---	20.6% A--	14.0% ---	8.7% ---	10.3% ---	7.6% ---
<b>C. 2 eða fleiri</b>	51.9% ---	58.6% A--	55.3% -B-	49.7% -B-	35.8% AB-	38.3% ---	24.7% ---	34.1% A--	15.3% ---	6.0% ---	3.6% ---	9.9% ---
<b>Upphæð í bókakaup í mánuði</b>												
<b>A. 1-999 kr.</b>	52.1% ---	58.0% ---	50.3% ---	64.8% -C	55.2% ---	41.9% ---	30.5% ---	16.2% ---	13.1% ---	11.9% -C	2.4% -B-	7.9% ---
<b>B. 1.000-3.999 kr.</b>	58.8% ---	64.3% -C	60.2% ---	55.1% ---	44.0% ---	43.5% ---	30.4% ---	25.1% ---	11.0% ---	9.4% ---	10.9% A--	6.8% ---
<b>C. 4.000 kr. eða meira</b>	42.9% ---	40.1% -B-	40.9% ---	34.6% A--	59.3% ---	34.9% ---	25.0% ---	15.1% ---	17.7% ---	-	4.2% A--	11.3% ---
<b>Upphæð í hljóðbókakaup á mánuði</b>												
<b>A. 1-999 kr.</b>	26.0% -B-	26.8% -BC	27.5% -BC	30.9% -BC	37.4% ---	30.6% -C	16.3% ---	10.4% ---	-	15.6% -BC	1.9% ---	10.8% ---
<b>B. 1.000-3.999 kr.</b>	58.9% A--	67.6% A--	57.3% A--	57.9% A--	51.0% -	44.3% -C	27.3% ---	23.0% ---	13.2% A--	10.9% ---	7.8% ---	9.2% ---
<b>C. 4.000 kr. eða meira</b>	58.4% ---	81.7% A--	79.4% A--	81.7% A--	74.8% ---	88.2% AB-	30.3% ---	29.1% ---	32.1% A--	-	-	22.9% ---

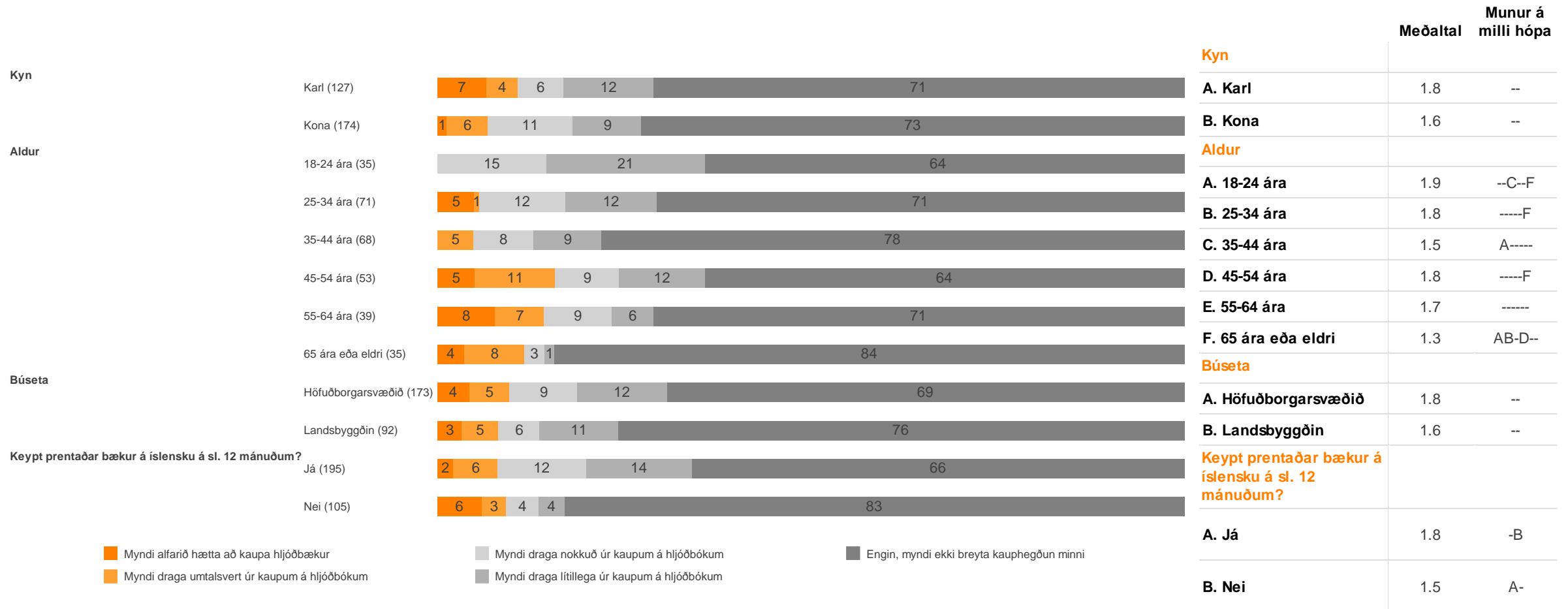
Ef verð (eða áskriftargjald) hljóðbóka á íslensku hækkaði um 5-10% (150-300 kr. hækkun ef um er að ræða 3.000 kr.) en verð á prentaðra bóka á íslensku yrði óbreytt, hver yrðu viðbrögð þín?

Fjöldi svara	366 100.0%
Meðaltal (1-5)	1.6
Myndi alfarið hætta að kaupa hljóðbækur (5)	11 2.9%
Myndi draga umtalsvert úr kaupum á hljóðbókum (4)	15 4.1%
Myndi draga nokkuð úr kaupum á hljóðbókum (3)	28 7.6%
Myndi draga lítillega úr kaupum á hljóðbókum (2)	31 8.5%
Engin, myndi ekki breyta kauphegðun minni (1)	217 59.2%
Veit ekki	64 17.3%
Vil ekki svara	1 0.4%



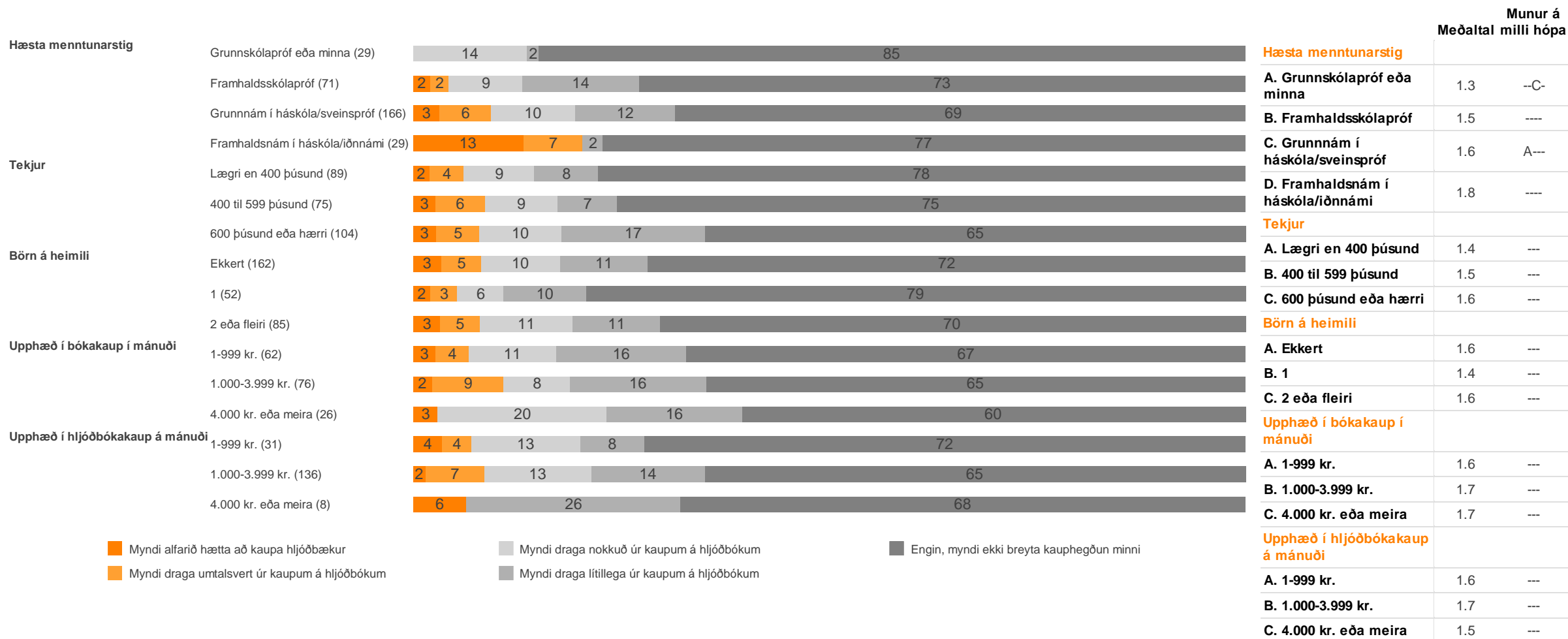
Athugið að myndin til hægri sýnir aðeins hlutfall þeirra sem tóku afstöðu. Því herra meðaltal, því líklegra er að fólk muni draga úr kaupum á hljóðbókum. Aðeins þau sem sögðust hafa keypt hljóðbækur fengu þessa spurningu.

# Ef verð (eða áskriftargjald) hljóðbóka á íslensku hækkaði um 5-10% (150-300 kr. hækkun ef um er að ræða 3.000 kr.) en verð á prentaðra bóka á íslensku yrði óbreytt, hver yrðu viðbrögð þín?



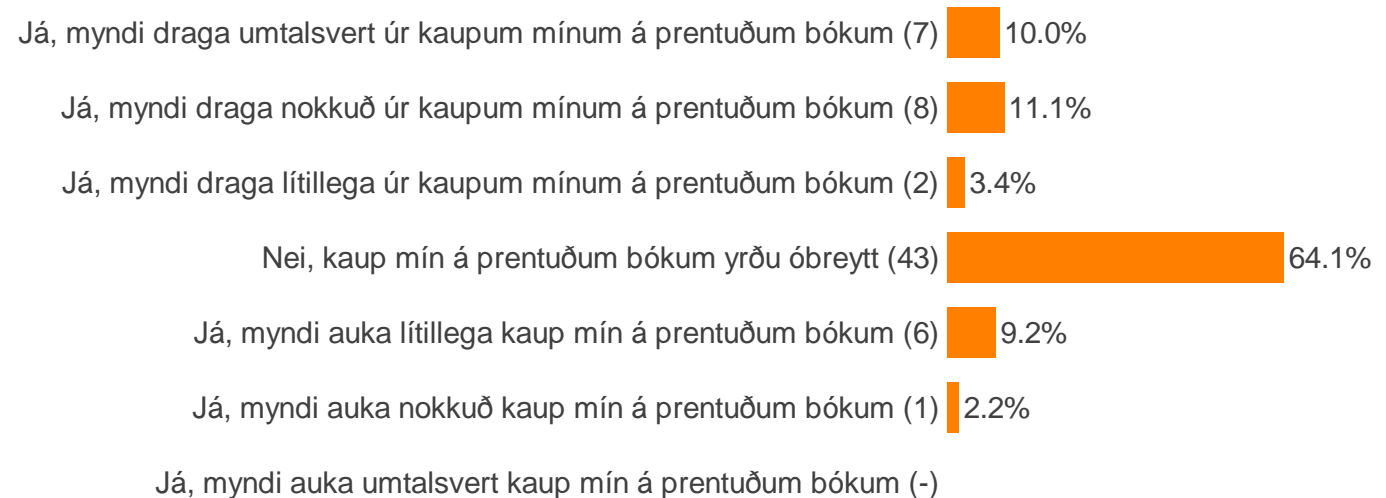


# Ef verð (eða áskriftargjald) hljóðbóka á íslensku hækkaði um 5-10% (150-300 kr. hækkun ef um er að ræða 3.000 kr.) en verð á prentaðra bóka á íslensku yrði óbreytt, hver yrðu viðbrögð þín?



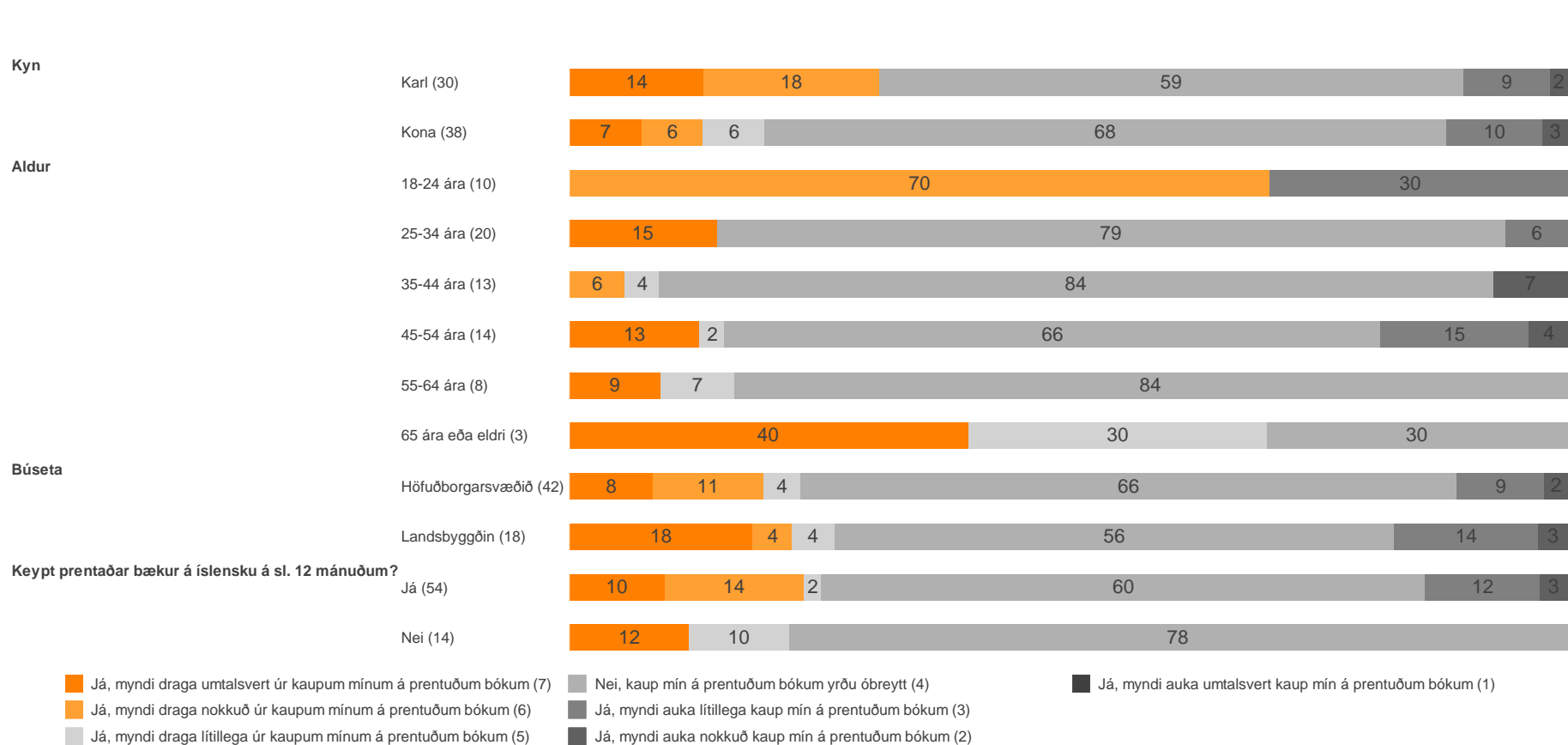
# Myndu minni kaup þín á hljóðbókum, stökum eða í áskrift, hafa áhrif á kaup þín á prentuðum bókum?

Fjöldi svara	84 100.0%
Meðaltal (1-7)	4.4
Já, myndi draga umtalsvert úr kaupum mínum á prentuðum bókum (7)	7 8.0%
Já, myndi draga nokkuð úr kaupum mínum á prentuðum bókum (6)	8 9.0%
Já, myndi draga lítillega úr kaupum mínum á prentuðum bókum (5)	2 2.8%
Nei, kaup mín á prentuðum bókum yrðu óbreytt (4)	43 51.5%
Já, myndi auka lítillega kaup mín á prentuðum bókum (3)	6 7.4%
Já, myndi auka nokkuð kaup mín á prentuðum bókum (2)	1 1.7%
Já, myndi auka umtalsvert kaup mín á prentuðum bókum (1)	- -
Veit ekki	15 17.7%
Vil ekki svara	2 2.0%



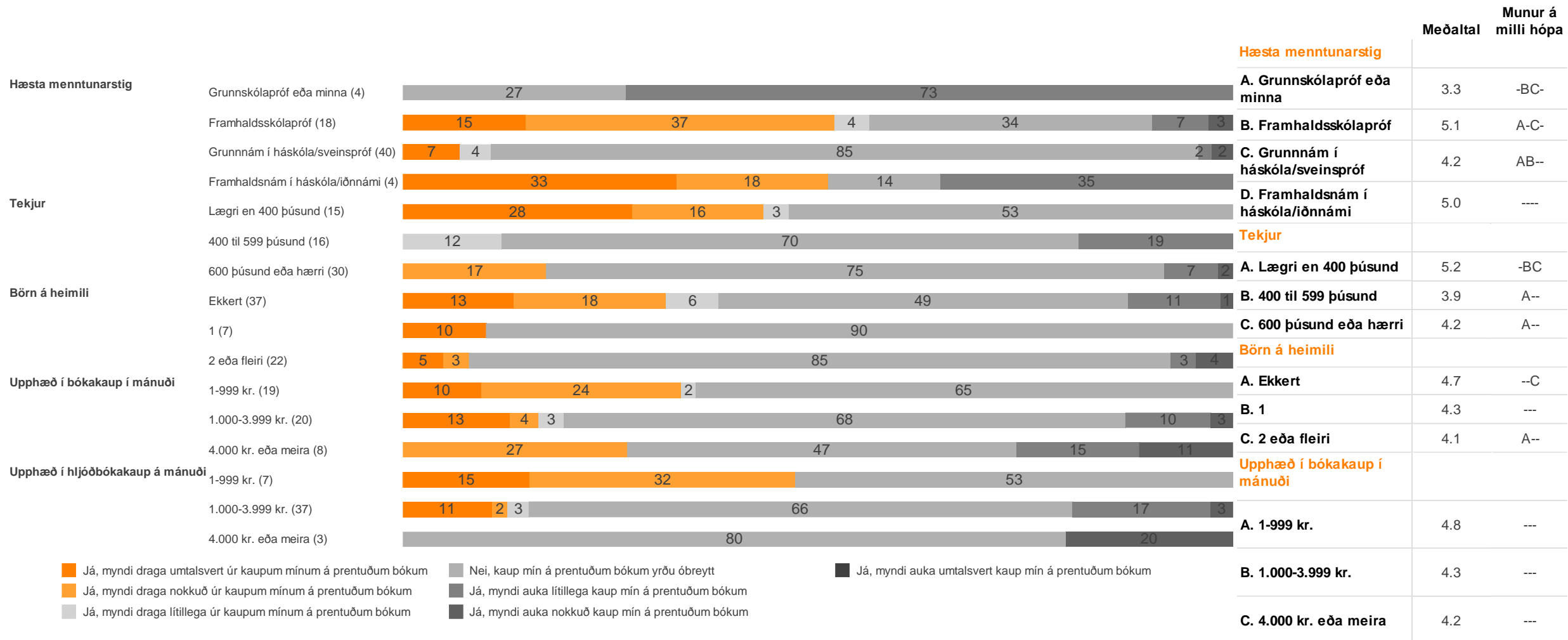
Athugið að myndin til hægri sýnir aðeins hlutfall þeirra sem tóku afstöðu. Því hærra meðaltal, því líklegra er að fólk muni draga úr kaupum á prentuðum bókum. Aðeins þau sem sögðu að þau myndu kaupa færri hljóðbækur fengu þessa spurningu.

# Myndu minni kaup þín á hljóðbókum, stökum eða í áskrift, hafa áhrif á kaup þín á prentuðum bókum?



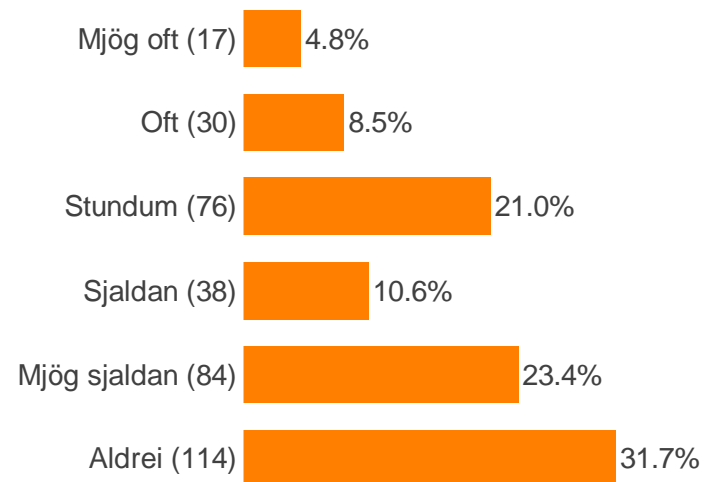
	Meðaltal	Munur á milli hópa
<b>Kyn</b>		
A. Karl	4.6	--
B. Kona	4.3	--
<b>Aldur</b>		
A. 18-24 ára	5.1	--C---
B. 25-34 ára	4.4	-----
C. 35-44 ára	4.0	A---F
D. 45-54 ára	4.2	----F
E. 55-64 ára	4.3	-----
F. 65 ára eða eldri	5.5	--CD--
<b>Búseta</b>		
A. Höfuðborgarsvæðið	4.4	--
B. Landsbyggðin	4.5	--
<b>Keypt prentaðar bækur á íslensku á sl. 12 mánuðum?</b>		
A. Já	4.4	--
B. Nei	4.5	--

# Myndu minni kaup þín á hljóðbókum, stökum eða í áskrift, hafa áhrif á kaup þín á prentuðum bókum?

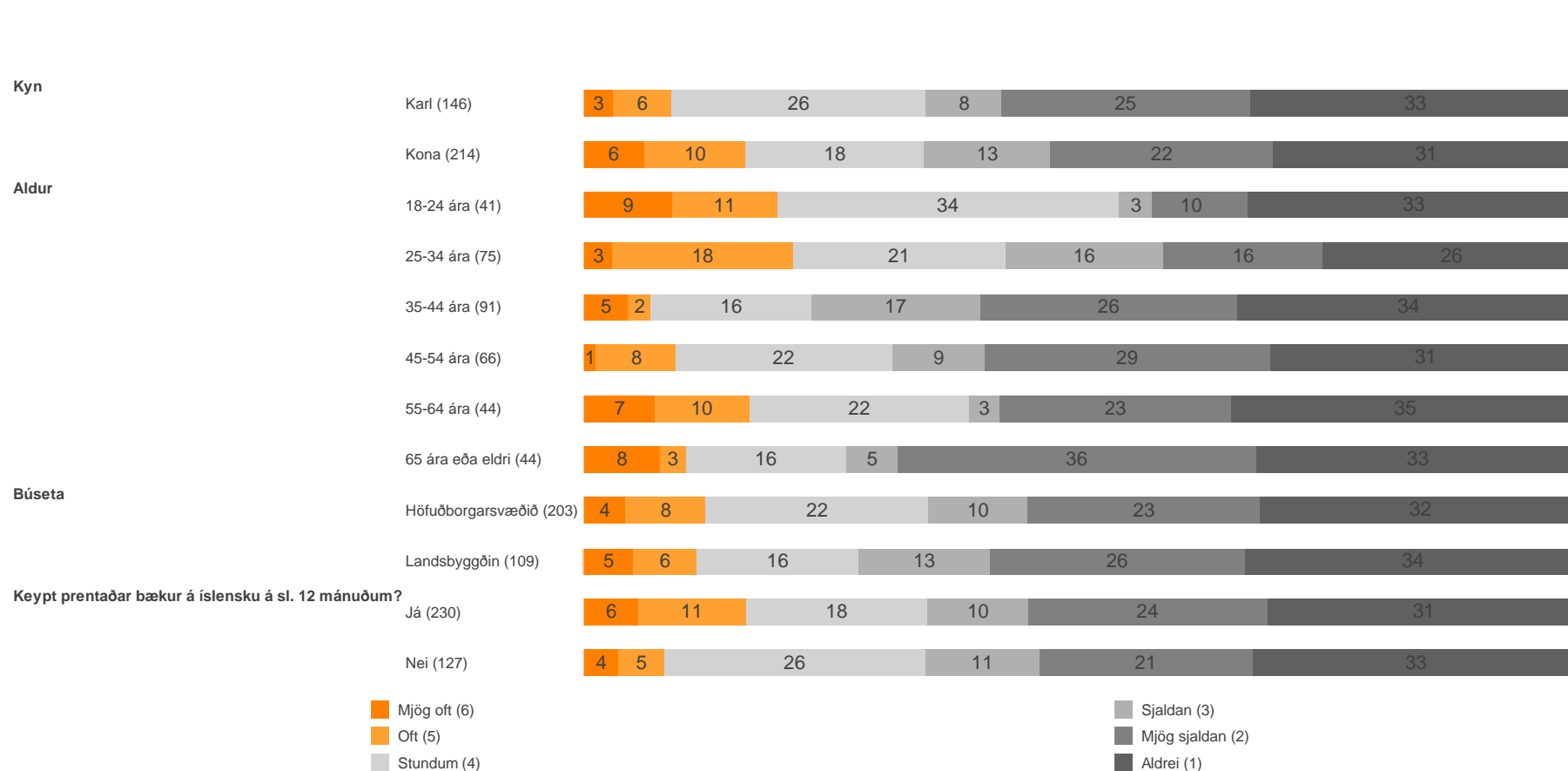


# Hversu oft eða sjaldan hlustar þú á hljóðbækur sem þú hefur lesið áður (eða ert að lesa) á prentuðu formi?

<b>Fjöldi svara</b>	<b>366</b> <b>100.0%</b>
<b>Meðaltal (1-6)</b>	2.7
<b>Mjög oft (6)</b>	17 4.7%
<b>Oft (5)</b>	30 8.3%
<b>Stundum (4)</b>	76 20.6%
<b>Sjaldan (3)</b>	38 10.4%
<b>Mjög sjaldan (2)</b>	84 22.9%
<b>Aldrei (1)</b>	114 31.1%
<b>Veit ekki</b>	7 1.8%
<b>Vil ekki svara</b>	- -

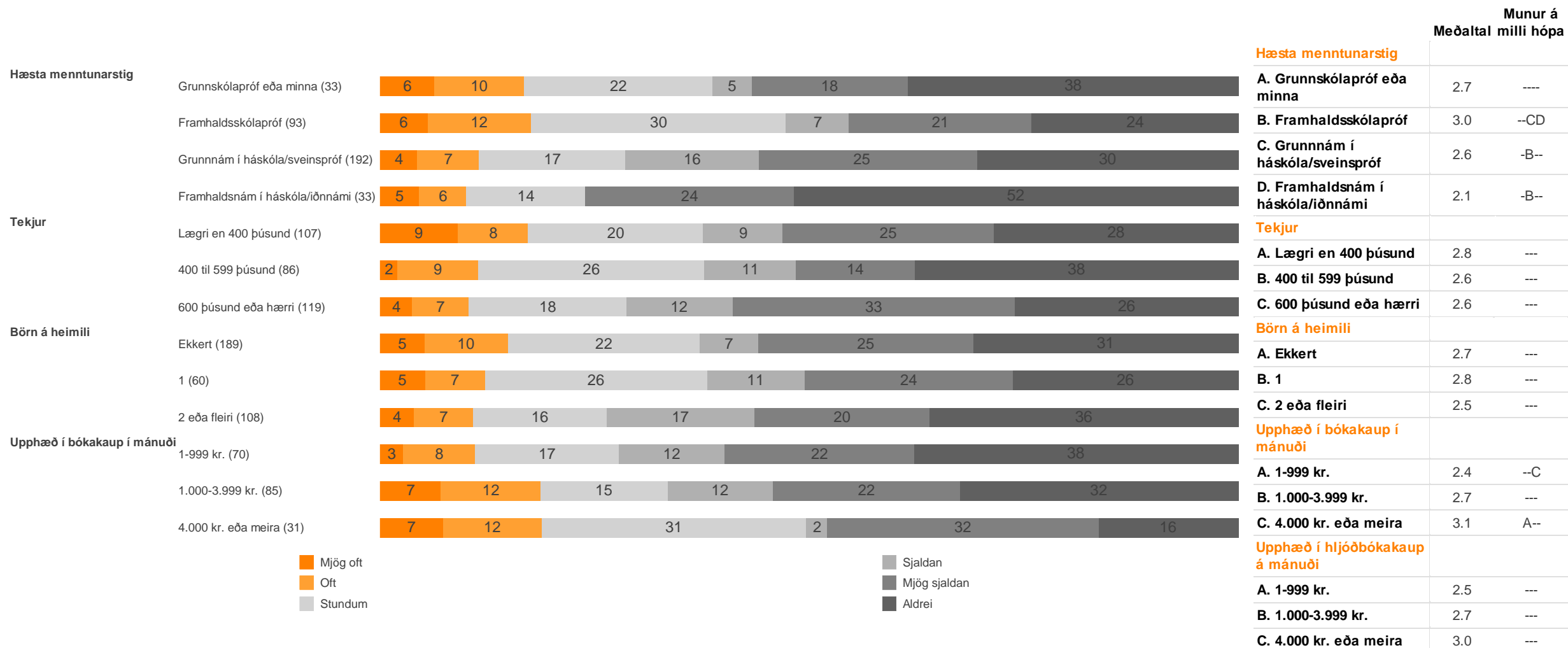


# Hversu oft eða sjaldan hlustar þú á hljóðbækur sem þú hefur lesið áður (eða ert að lesa) á prentuðu formi?



	Meðaltal	Munur á milli hópa
<b>Kyn</b>		
A. Karl	2.6	--
B. Kona	2.7	--
<b>Aldur</b>		
A. 18-24 ára	3.1	--C---
B. 25-34 ára	3.0	--CD--
C. 35-44 ára	2.4	AB----
D. 45-54 ára	2.5	-B----
E. 55-64 ára	2.7	-----
F. 65 ára eða eldri	2.4	-----
<b>Búseta</b>		
A. Höfuðborgarsvæðið	2.6	--
B. Landsbyggðin	2.5	--
<b>Keypt prentaðar bækur á íslensku á sl. 12 mánuðum?</b>		
A. Já	2.7	--
B. Nei	2.6	--

# Hversu oft eða sjaldan hlustar þú á hljóðbækur sem þú hefur lesið áður (eða ert að lesa) á prentuðu formi?



# Vigtun

Gögn eru vigtuð til að úrtak endurspegli álit þjóðarinnar. Tekið er tillit til kyns, aldurs og búsetu. Tölur eru því námundaðar að næstu heilu tölu. Misræmi getur því verið á samanlögðum fjölda einstaklinga í greiningum og tíðnitöflum.

	Fyrir vigtun	Eftir vigtun
<b>Kyn</b>		
Karl	42,9%	50,4%
Kona	57,1%	49,6%
<b>Aldur</b>		
18-24 ára	4,6%	13,2%
25-34 ára	16,5%	19,0%
35-44 ára	17,7%	17,6%
45-54 ára	21,7%	16,5%
55-64 ára	22,9%	15,4%
65 ára eða eldri	16,7%	18,3%
<b>Búseta</b>		
Höfuðborgarsvæðið	61,8%	64,2%
Landsbyggðin	38,2%	35,8%



# Nánari upplýsingar

**Reykjavík, október 2020**

Bestu þakkir

Trausti Haraldsson

Atli Geir Hallgrímsson

Bryndís Marteinsdóttir

Katrín Þyri Magnúsdóttir

Allar ábendingar vel þegar.

Ekki hika við að senda okkur tölvupóst á netfangið [rannsoknir@zenter.is](mailto:rannsoknir@zenter.is)