

Trond Andreassen

## BOKKLUBB OG MARKED

### Et bidrag til forståelsen av strukturendringer i norsk bokbransje etter krigen

Bokklubber selger bøker direkte pr. post.

Bokklubbene skiller seg fra annet postordresalg ved regelmessige tilbud av bøker og ved at kunden føler seg som *en del av et fellesskap*. Medlemsbladet blir det direkte bindeleddet mellom medlem og klubb. Bokklubbene er altså en direkte måte å organisere boksalg på; *uten fordyrende mellomledd og med konsentrasjon om et lite utvalg bøker*.

#### En kort «røverhistorie»

«Den norske Bokklubben (DNB) ble startet i 1961 av Gyldendal og Aschehoug. En 30-årig siviløkonom, Henrik Thommessen, ble satt til å lede den. Han samlet rundt seg dyktige medarbeidere. I 1963 var medlemstallet ca. 40 000, Lyrikkvennene var startet og Bokklubbens Barn under forberedelse. Bokklubben ga allerede et godt overskudd.

Men Thommessen var en frittalende og sjølstendig mann som snart kom på kant med Harald Grieg i Gyldendal og Arthur Holmesland i Aschehoug. Thommessen var ikke villig til å adlyde herrenes beskjeder, noe som vanlig var i forlagsverden på den tida. Og han var mot tiltak som ville underlegge Bokklubben de to forlagene.

Den 6. desember 1963 skrev Thommessen en kronikk i Dagbladet under tittelen «Litteraturinteresse, et spørsmål om distribusjon», hvor han uttalte seg kritisk om forlagsbransjen.

Samme dag innkalte Harald Grieg til ekstraordinært styremøte i Bokklubben, for å ta opp Thommessens oppførsel. På styremøtet uka etter ble Thommessen kritisert. Men Thommessen ønsket ikke å stå skolerett, og sa opp sin stilling på styremøtet.

Avisene slo saken stort opp «Skandale i bokverdenen. Ble Thommessen truet til å gå?» Harald Grieg fikk avverget at Thommessen ble intervjuet i NRK.

Etter en måneds karantene kastet Thommessen seg ut i arbeidet med å starte ny bokklubb. Han fikk positiv respons fra Tiden, Cappelen, Dreyer, E.G. Mortensen og Nasjonalforlaget. Thommessen mente at han ville få med seg alle nøkkelpersonene fra Den Norske Bokklubben over i den nye.

En kveld vinteren 64 var Henrik Groth (Cappelen), Kolbjørn Fjeld (Tiden), Halfdan Kielland (Dreyer), Per. R. Mortensen (E.G. Mortensen), Dagfinn M. Andersen (Nasjonalforlaget) og Henrik Thommessen samlet hjemme hos Kielland. De avtalte å starte en ny bokklubb for seriøs norsk/utenlandsk litteratur. Alle regnet avtalen som bindende.

Selvfølgelig hadde Harald Grieg fått høre om planene. Og han likte dem ikke. Nå var gode råd dyre. Hvem var den viktigste brikke i den andre klubben? Cappelen. Grieg ringte Groth og tilbød ham 25 % av aksjene i Den norske Bokklubben.

Groth kontaktet Kielland, fortalte om tilbudet, og sa han ikke hadde hatt råd til å si nei på forlagets vegne. Han beklaget at han måtte bryte avtalen om å starte en ny klubb. Det hører med til historien at Groth lenge hadde ønsket å komme med i DNB, noe Grieg og Holmesland hadde fnyst av.

På samme måte ble Tiden kjøpt opp, og fikk 8 % av aksjene i DNB for ikke å starte en ny bokklubb. Kolbjørn Fjeld ba Thommessen om unnskyldning for at han brøyt sitt ord.

Slik ble det eneste alvorlige forsøket på å skape konkurranse på det såkalte seriøse bokklubbmarkedet stanset. Siden har eierforlagene og DNB økt sitt grep om denne delen av bransjen. Bokklubbkonsernet på Lysaker har nå 400 000 medlemmer, nesten 10 % av Norges befolkning.

Jeg har valgt å innlede en artikkel om bokklubbene i Norge med denne historien av tre grunner For det første gir den et innblikk i den maktkamp som utspilte seg i forlagskontorene den gang de store kulturforlagene la grunnlaget for bokklubbmonopolet til Den norske Bokklubben.

For det andre viser den at bokklubbfenomenet har en relativt kort historie med en hurtig vekst i dette landet.

For det tredje - og ikke minst vesentlig - ble «historien» med tittelen «Bokklubbmonopol», skrevet av en forlagssjef ved navn Geir Berdahl i Dagbladet 10. mars 1984. På den tid gikk Berdahl med planer om å slå en bresje i DNB-monopolet. Som forlagssjef i Oktober forlag forhandlet han våren 1984 med Pax forlag om å etablere en konkurrent til Bokklubben Nye Bøker (BNB). Det passet da bra at han skrev en liten artikkel som - riktignok indirekte - satte intensjonene bak den nye bokklubben inn i en sammenheng. September samme år gav bokklubben Dagens Bok ut sin første bok.

## Bokklubbenes utbredelse og omfang 1961 - 1984

På 1960-tallet var Den Norske Bokklubbens to klubber så å si enerådende bokklubber i Norge. I løpet av 70-årene ble klubben bygd videre ut med flere klubber, og etter hvert fulgte flere bokklubber i kjølvannet der andre eierinteresser stod bak. Hovedkonkurrenten til Bokklubbens monopolliknende konsern gjennom 1970- og 80-årene har vært Hjemmets Bokforlag, som i 1984 hadde 5 klubber.

I den følgende oversikten over norske bokklubber i drift i dag vil jeg følge denne grupperingen:

- A. Den Norske Bokklubben A/S - 6 klubber
- B. Hjemmets Bokforlag A/S - 5 klubber
- C. Andre bokklubber - 10 klubber

Til sammen har vi i 1984 21 klubber som kan grupperes i 2 typer:

1. «Egne tilbud»-klubber er den opprinnelige bokklubbmodellen.

Medlemmene tilbys *tidligere utgitte* bøker i spesielle

bokklubbopplag, med egen bokklubbinnbinding. Bøkene tilbys

til fast pris, og rimelig i forhold til bøker i bokhandlene.

Medlemmene kan også velge fra et lager av tidligere utgitte

bøker i klubben. I fortegnelsen nedenfor merket G.

2. «Månedenes bok»-klubber tilbyr en månedlig *ny* bok fra

ordinære forlag, ofte sammen med alternativ-bøker. Oftest

er prisen lavere enn i bokhandelen. Også her kan medlemmene

velge fritt fra listen over tidligere utgitte bøker inntil

disse bøkene blir strøket ved «foreldelse» etter en viss tid.

Dette har etter hvert blitt den mest vanlige bokklubbtypen. I

fortegnelsen nedenfor merket N.

A. *Den norske Bokklubben A/S* som eies av forlagene Aschehoug 34,5 %, Gyldendal 34,5 %, Cappelen 23 % og Tiden 8 %, administrerer 6 klubber. I 1981 ble det solgt 3 millioner bind til en utsalgsverdi av rundt 150 millioner kroner. Den samlede medlemsmasse var da vel 400 000.

Fordelingen på de 6 klubbene er slik:

Klubb Startår Antall medlemmer

1982/83

DNB - Månedens bok 1961 170 000 G

Bokklubbens Lyrikkvenner 1962 8 500 GN

Bokklubbens Barn 1971 75 000 GN

Bokklubbens Ekstrabok 20 000 G

Bokklubben Nye Bøker 1976 120 000 N

Vindu mot Verden 1984 --- N

Tilsammen ca. 375 000

De to klubbene Ekstrabok og Vindu mot Verden er ekstratilbud for medlemmer i henholdsvis Månedens Bok og Nye Bøker, og medlemmene blir regnet inn i medlemstallet for disse klubbene.

Månedens bok hadde på sitt høyeste i 1976 215.000 medlemmer, mens tallet i 1982/83 altså var dalt til 170 000. En del av medlemmene har trolig gått over til å tegne medlemskap i Nye Bøker, som hadde en sterk medlemsutvikling fram til 1981/82, da medlemstallet kom opp mot 130.000 medlemmer. Siden nar også medlemstallet for denne klubben dalt noe.

Bokklubbens Lyrikkvenner har hatt et stabilt medlemstall gjennom flere år. Bokklubbens Barn ble i 1983 delt i to avdelinger, en for barn i alderen 3 - 9 og en for barn i alderen 10 - 15. Dette ble gjort for at en bedre kunne treffe de forskjellige aldersgruppene med utgivelsene.

Generelt har DNB stagnert eller gått ned i medlemstall siden 1981/82. Omsetningen er holdt oppe som følge av oppsplitting i flere klubber (Vindu mot Vår Verden og oppdeling av Bokklubbens Barn) og ved en sterk økning i ikke-boklige tilbud. Så som plater, grafikk, keramikk, batikk, reiser, konserter m.v.

B. *Hjemmet bokforlag*. Hjemmets bokforlag ble startet i 1969 og eies av A/S Hjemmet. Forlaget er det største uorganiserte bokforlag i Norge, og rår over 5 bokklubber. Bindsalget for bokklubbene samlet var rundt 1,6 millioner i

1980 og steg til 1,9 millioner i 1981. Den samlede omsetningen for forlaget ble beregnet til 59 millioner i 1981. I 1984 var forlaget kommet opp i en omsetning på 100 millioner. De 5 bokklubbene er:

Klubb Startår Antall medlemmer

1983

Donald Ducks Bokklubb 1976 70 000 N

Hjemmets Bokklubb 1977 80 000 N

Hjemmets Kokebokklubb 1979 80.000 N

Disneys Junior Bokklubb 1982 20.000 N

Bokklubben Ny Krim 1982 20.000 N

Tilsammen 270.000

Hjemmets Bokklubb gir hver måned ut «nye internasjonale bestselgere», dvs. underholdningsromaner med kjærlighet og spenning som hovedingredienser. I alt har rundt 200.000 vært innom klubben siden den ble startet. Dersom medlemmene avbestiller 4 bøker på rad, strykes de av medlemslisten. Klubben har derfor liten avbestillingsprosent og mener at opplagstall er mer dekkende for klubbens resultater enn antall medlemmer. Bokklubbvirksomheten til Hjemmet Bokforlag er fremdeles i en ekspansiv fase.

Når jeg tidligere har kalt klubben en konkur. ant til DNB, er dette en påstand som krever visse modifikasjoner. Mye tyder på at den selger bøker til et annet publikum enn DNBs klubber. Mens DNB gir skinn av å ivareta moderforlagenes kulturelle image, selger Hjemmets klubber utilslørt lett underholdningslitteratur etter kommersielle kriterier.

Det synes som om Hjemmets bokklubber i dag har et større markedspotensiale enn DNB, og det er interessant å observere hvordan DNB søker å møte den utfordringen som følger av egen stagnasjon. Konsernet planlegger en bokklubb med samme utgivelsesprofil som Hjemmets Bokklubb. Dette kan ses som et uttrykk for et ønske fra DNBs side om å demme opp for Hjemmets Bokklubb og på dette grunnlag sikre en videre ekspansjon for konsernet. Det er vanskelig å få øye på de kulturelle begrunnelser bak en slik satsing på lettere underholdningslitteratur som Den Norske Bokklubben nå annonserer.

Andre bokklubber:

Abonnement forbudte bøker 500 N

Den kristne Bokringen 1970 5.000 GN

Det Bestes Bøker 1971 50.000 G

Damenes Bokklubb 1971 15.000 GN

Barnas Bokpakke 1978.....

Bokklubben Jakt og Fiske 12.000 N

Norild Kriminalbokklubb 1980 N

Bokklubben Ledelse og Økonomistyring 1983 2.500 N

Bokklubb for leger 1983 2.000 N

Dagens Bok 1984 10.000

Tilsammen ca. 100.000

De øvrige bokklubbene er frittstående klubber med ulike eierinteresser. De karakteriseres ved at de henvender seg til et mindre og klarere definert publikum enn de større klubbene, f.eks. Kristne, «damer», mislykte ledere i næringslivets mellomskikt, leger og litterært interesserte på den politiske venstresiden. For seg selv står Det Bestes bokklubb som er en familiebokklubb av samme type som DNBs hovedbokklubb, men med færre utgivelser pr. år.

*Dagens Bok* må oppfattes som en konkurrent til Nye Bøker, og som Berdahl var inne på, kommet til som et resultat av DNB-monopolet og som en motvekt mot Nye Bøkers tiltakende kommersialisme og ensidige utgivelsesprofil. *Dagens Bok* er blitt møtt av store markeds kampanjer fra Nye Bøkers side og foreløpig ser det ut til at *Dagens Bok* vil få problemer med å nå de mål for medlemstallutvikling klubben hadde satt seg 20.000 medlemmer i 1985 og 40.000 ved utgangen av 1987. I dag er ikke medlemstallet kommet høyere enn i underkant av 10.000.

## Utviklingstrekk

Bokklubbvirksomheten i Norge er preget av en kraftig vekst i samlet omsetning og antall solgte bøker fram til 1982, men en særlig sterk vekst fra 1975 til 1982. Sammenligner vi boksallet gjennom bokklubbene med boksallet til medlemsforlagene i Forleggerforeningen, forlag ellers og import av utenlandsk litteratur, ser utviklingen slik ut:

Tabell 1 Antall solgte bøker i millioner

	1979	%	1980	1981	1982	1983	%
Forlag DnF	17,7	55,3 %	18,8	17,6	16,3	15,9	51,2 %
Bokklubb	3,7	11,5 %	5,3	5,7	5,8	5,7	18,6 %
Forlag ellers	6,9	21,6 %	6,0	6,5	6,6	6,0	19,0 %
Import	3,7	11,5 %	3,6	3,5	3,5	3,5	11,2 %
Samlet	32,0		33,7	33,3	32,2	31,1	

Tabellen viser at bokklubbene gjorde et sprang framover fra 1979 til 1980, både i salg av antall bøker, omsetning og ved at de tok større markedsandeler. 1982 markerer et foreløpig toppår, hvorefter salget har stabilisert seg. At bokklubbene i årene etter 1982 også har økt sin markedsandel kommer av en nedgang i antall solgte bøker totalt sett. En figur kan bedre illustrere markedsdelingen mellom disse 4 gruppene.

*Tabell 2 Antall solgte titler og omsetning fordelt på forlag tilknyttet Forleggerforeningen, forlag ellers, bokklubber og import i 1983.*

	Antall solgte titler		Omsetning	
	Antall, mill.	% av tot.	Mill. kr	% av tot.
Forleggerforeningens medlemsforlag (44 forlag)	15,9	51,1 %	1 148,0	61,4 %
Andre forlag	6,0	19,3 %	288,8	15,5 %
Bokklubber	5,7	18,3 %	309,2	16,5 %
Import	3,5	11,3 %	123,4	6,6 %
Totalt	31,1	100,0 %	1 869,4	100,0 %

Tabell 2 viser at det ikke er samsvar mellom andel av boksalg og andel av omsetning. Forleggerforeningens forlag har «bare» vel 50 % av salget, men dette utgjør altså over 60 % av omsetningen. Forholdet er også negativt for bokklubbene; omsetningen er ikke så høy som boksalget kanskje skulle tilsi.

Et annet trekk som kjennetegner utviklingen er *det økende antall klubber*. Utviklingen lar seg også her klart tydeliggjøre ved en tabellarisk oppstilling:

*Tabell 3 Utviklingen av antall bokklubber i Norge 1961-1984:*

År	Ny klubb	Antall klubber
1961	1	1
1962	1	2
1970	1	3
1971	3	6
1976	1	7
1977	1	8
1978	1	9
1979	1	10
1980	1	11
1981	-	11
1982	2	13
1983	2	15
1984	2	17

Tabellen omfatter bare norske bokklubber som er i drift i dag. I løpet av den perioden bokklubber har operert innenfor det litterære systemet, ser vi at økningen i antall klubber er særlig sterk fra andre halvdel av 70-årene og fram til i dag, med en sterk økning de siste par årene. Økningen i antall faller altså sammen med en sterk vekst i salg og omsetning, bortsett fra de siste par årene da salg og omsetning har stagnert, mens flere nye klubber er kommet til. Når

vi i tillegg vet at det er flere nye klubber under planlegging, er det dekning for å hevde at bokklubbvirksomheten er kommet inn i en ny fase.

En nærmere gjennomgang av de nyetablerte klubbene vil vise at de ofte sikter seg inn på klart definerte publikumsgrupper. En søker å treffe en nisje i markedet med optimale opplag, dvs. en prøver å bringe et så nært samsvar mellom opplag og salg som mulig. Bare solgte bøker gir penger i kassen, medlemmer alene gir liten profitt.

Det stigende antall spesialklubber faller sammen med *familiebokklubbens synkende medlemstall*. Vi kan altså spore en økende oppsplitting av markedet, flere produsenter deler i stigende grad et stagnert marked mellom seg.

De utviklingstrekk vi har kunnet observere i gjennomgangen ovenfor, kan lede til to spørsmål:

1. Hvordan forklare bokklubbens gjennombrudd i det norske litterære systemet fra 1961 av, og den klare bokklubb-boomen fra midten av 70-tallet.
2. Hvordan har bokklubbene virket innenfor dette systemet? Eller med andre ord Hvordan har bokklubbene virket/hvordan virker de på den litterære produksjonen, på forfatterne, på bokhandelen for øvrig og på publikum?

### **De historiske forutsetningene for bokklubbdrift**

Av det foregående vil det gå fram at en av hemmelighetene bak en bokklubb-suksess er den nære forbindelsen mellom klubb og publikum. Det lesende publikum i Norge lar seg dele inn i en mengde ulike lesergrupper etter ulike litterære behov og ønsker. Ofte vil vi finne at lesergruppene har et felles sosio-økonomisk fundament, men det er ikke generelt tilfelle. Like ofte kan særlige litterære interesser være avgjørende for om en søker et bokklubbmedlemskap, f.eks. vil den krim-interesserte finne flere bokklubber å velge mellom. Vi har i dag bokklubber for venstreradikale (Dagens Bok), mellomlag med høyere utdanning (Nye Bøker), for krimelskere, for barn, for mellomledere i næringslivet, for hele familien etc. etc. Med utgangspunkt i denne observasjonen kan vi framsette en hypotese om sammenheng mellom oppsplitting av leserpublikummet (markedet) og bokklubbens oppkomst. Denne sammenhengen lar seg bare ettespore gjennom en historisk undersøkelse av leserpublikumets utvikling og bokklubbens inntreden i det litterære system.

Den første store oppsplitting av det norske leserpublikummet faller sammen med den første norske bokrevolusjonen i 1880-årene. Langt flere enn før kunne nå både lese og ha råd til å kjøpe seg lesestoff. Det gjorde de nye lesergruppene i økende grad, men de ønsket en annen litteratur enn det dannede publikum som hittil hadde vært den eneste lesergruppen. Dette førte til at det dannede publikum relativt sett ble mindre, og avtakerne av den rene underholdningslitteratur - i form av magasiner, hefter, ukeblad og lettere underholdningsbøker - ble større.

Oppløsningen av det homogene publikum skapte problemer for forlagene. De var vant til å produsere for det dannede borgerskapets litterære behov, nå opplevde de markedet som anarkistisk. Publikums smak var vanskeligere å definere og forutsi. Dette gjorde det nødvendig å *planlegge* den litterære produksjonen.

I Europa dukket det opp nye salgs- og distribusjonsmetoder som mottrekk til den økende oppdeling av markedet. Ett utslag var at forlagene konsentrerte oppmerksomheten omkring noen få titler med bred appell (bestselgere). Slike tiltak hentet forlagene modellene til fra USA, hvor forlagsindustrien allerede på slutten av 1800-tallet var kommet langt i retning av en bestselgerindustri.

En annen måte var introduksjoen av billigbøker for et mindre kjøpekraftig publikum. Men en mer effektiv måte å gjenskape et oversiktlig og mer avgrenset publikum på, var å organisere bokklubber. Tyskland fikk sin første bokklubb i 1924. Med bokklubbene som en måte å organisere salget på, kunne forlagene igjen kalkulere med sikre oppslagstall og sikker profitt. *Bokklubbene var et forsøk på å reetablere et homogent publikum.*

Mønsteret for de europeiske utviklingstendensene kom i stor grad fra USA, der kommersialiseringen av bokmarkedet var kommet lengre enn i Europa, hvor utviklingen igjen var kommet lengre enn i Norge. Men i hovedsak gjelder de utviklingstrekk som her er skissert også som en generell beskrivelse for Norge. Her holdt imidlertid den lødige litteraturen lengre fast ved kombinasjonen dannelse og underholdning. Bøker av f.eks. Hamsun, Undset, Bjørnson, Bojer solgte godt til alle lag av folket. De tjente både børsen og katedralen, for å bruke Harald Griegs noe forslitte uttrykk.

Det er likevel grunn til å slå fast at en oppsplitting av lesergruppene også fant sted i Norge. Heller ikke her kunne forlagene lenger «stole» på sitt publikum. Utgivelser av klassikere ble mer sjansebetont, til tross for at markedet var vesentlig større enn i forrige århundre. Forlagene opplevde en eventyrlig markedseksponering fra 1924-25 av. Bokomsetningen av bøker totalt ble fordoblet mellom 1922 og 1939. Men fordi publikum var langt mer sammensatt og markedet dermed mer uoversiktlig enn tidligere, ble det nødvendig med en omlegging av produksjonen og en overgang til nye salgsmetoder. Gyldendals utgivelse av «Alle kvinners blad» i 1938 er et eksempel på hvordan forlaget satset på andre lesergrupper.

Dette til tross - publikumsgrunnlaget var i mellomkrigstiden ennå ikke stort nok til kapitalintensive tiltak som bokklubber og billigbøker. Vi ser likevel klare tegn til at bokproduksjonen antar en industriell karakter. Et uttrykk for dette er serieformens gjennomslag og store suksess. Dette krevde et rasjonalisert produksjonsapparat. Et annet eksempel Kapitaliseringen av underholdningsmarkedet. Mindre forleggere og boktrykkere forsvinner. Bak den systematiske overgangen til masseproduksjon av seriehefter, magasiner og ukeblad stod større senderorganisasjoner.

Utviklingen av den litterære institusjon i mellomkrigstiden er karakterisert ved at gamle og nye trekk lever side om side. De nye tendensene som bare grovt er antydnet her, fikk først gjennomslag etter 1945.

Etter en oppblomstring av boksalget like etter krigen, opplevde forlagene en katastrofal nedgang i boksalget - særlig for skjønnlitteratur - i 1950-årene og begynnelsen av 1960-årene. Dårlig salg gav lav profitt, men desto tydeligere kom litteraturens *varekarakter* til å åpenbare seg. For de etablerte kulturforlagene var det en ting som stod klart Nemlig at også litteratur måtte selges for at forlagene skulle bestå. Men på den andre siden hadde jo kulturforlagene uttalte kulturelle forpliktelser overfor dannelseslitteraturen. At børs og katedral var to forskjellige ting, og at de sjeldnere og sjeldnere lot seg kombinere, kom klarere og klarere fram. Fra 1961 til 1963 skyldtes Gyldendals overskudd ene og alene salget av «Alle kvinners blad». Den samlede bokutgivelsen gav tildels betydelige tap.

De ytre årsakene til denne økte oppsplittingen var de samme som i mellomkrigstiden, men omfanget var nå vesentlig større enn før; lesergruppene ble større som følge av bedret økonomi for de laveste inntektsgruppene. Det var dette økende markedspotensiale som måtte erobres, men hvordan?

I prinsippet har kulturforlagene i etterkrigstidas Norge benyttet tre hovedmåter å fange inn ulike publikumsgrupper på:

1. Gjennom kolportasje av verker,
2. ved produksjon av billigbøker, og
3. gjennom etablering av bokklubber.

Gjennom direktesalget av verker blir det personlige bånd mellom selger og kjøper gjenopprettet - utenfor bokhandelen. Denne salgsmåten skjøt fart 1950-årene. Mens bokhandelen før krigen solgte 4/5 av verkene og forlagene 1/5, snudde dette seg til det motsatte i løpet av 50-tallet. Bokhandelens markedsandel begynte på denne tiden totalt sett å gå tilbake.

Billigbokrevolusjonen lar seg tidfeste til første halvdel av 1960-årene. Hemmeligheten bak den kolossale suksess billigbøkene fikk, ligger i *produksjonsformen*. Ved å trykke et stort antall titler i standardisert utgave i store opplag, kan prisen senkes vesentlig. Produksjonen av billigbøker med enklere underholdning som konkurrerte med romanbibliotekene, hadde riktignok lenge vært kjent i Norge, men billigboka som dukket opp i 1960-årene var av en annen type gode fag- og debattbøker og skjønnlitterære kvalitetsbøker. Publikum var i hovedsak de nye intellektuelle mellomlagene.

Bokklubb-boomen kom etter billigbokrevolusjonen. Og salgsmåten bokklubbene står for kan ses som en syntese av de to foregående. Produksjonsformen er den samme som for billigboka, og distribusjonsformen er den

samme som for direktesalget, bokhandelen er eliminert som fordyrende mellomledd. I tillegg etablerer bokklubben et direkte bindeledd mellom produsent og kjøper - et personlig bånd - via medlemsbladet. Mest viktig er nettopp medlemskapet. Gjennom sin informasjon om medlemmene kan bokklubben *planlegge* produksjon, opplagsstørrelse, tittelvalg på en bedre måte enn ved de foregående salgsformene.

Den tyske samfunnskritikeren Jürgen Habermas peker på at både gjennom billigbokproduksjonen og bokklubb-distribusjonen framtrer boka mer som vare enn noen gang før. Forskjellen er at i billigboka trer det varige fram i det forgjengeliges drakt, mens i bokklubb-bøkene trer det forgjengelige fram i det variges drakt med halvlær og gullforsiring.

Habermas framholder det poeng at når bokklubbene kontrollerer en stor del av markedet, forminskes entreprenørens risiko og gjør hvert eksemplar billigere. Bokklubbens salgsorganisasjon unngår det brede utvalg og intensiverer lesernes umiddelbare kontakt med de behov som gir uttrykk for massenes smak i samme grad som de forminsker konsumentenes valgmuligheter.

Det er likeledes en kjensgjerning at bokklubbene gjør tilgangen til litteratur lettere for store deler av publikum, og at bokklubbens bøker blir spredt i større mengder enn bøkene ville blitt gjort ved vanlig salg gjennom bokhandel. Det er også klart at bøkene som blir presentert må passe til medlemmenes forventninger til litteratur. Derfor blir det ikke rom for litteratur som i form og innhold bryter med vedtatte litterære normer. Bokklubblitteraturen formidler det som Habermas kaller ikke-kumulativ erfaring, det vil si at en gjennom lesing av bøkene ikke vinner ny erfaring, en får bare bekreftet den erfaring en allerede har. Ved bokklubbens valg av slik litteratur unndras ikke bare den store masse av skjønnlitteratur publikums bevisste valg, men også publikums kritikk.

Den snevre kommunikasjonskretsen mellom forlag og leser kortsluttes av *medlemsbladet* - det interne reklamemiddel. Klubben administrerer sine kunder direkte fra forlaget - på siden av den litterære offentligheten, hevder Habermas.

Som et nytt strukturelt element i bokdistribusjonen, har bokklubbene stått for et kulturskred i det litterære liv. Den danske forfatteren Villy Sørensen har kalt bokklubb-boomen «en formynderhistorie». Bokklubbens salgsform, hevder han, er knyttet til medlemmenes frivillige begrensning av sitt forbruk. En delegerer valget til andre - bokklubbens konsulenter - for å befri seg fra markedets - oppfattet som tilværelsens - uoverskuelighet. Under denne synsvinkel kan bokklubbens suksess tenkes å henge sammen med visse generelle sosialpsykologiske trekk av autoritær art i de vestlige forbrukersamfunn.

Et annet trekk i denne utviklingen er den stadige økende omsetningshastigheten for bøker, og dermed bøkernes langt kortere salgstid og langt kortere etterliv. Mens en bok tidligere kunne leve - bli diskutert og lest - gjennom flere år, med flere opplag, har bokklubbene innført en månedsrytme for bokkonsumsjon. Har en ikke lest siste måneds bok før neste er i postkassen, får leseren følelsen av å ha havnet i bakleksa. Bokhandlerne kan understreke at selv gode forfattere kun lever noen måneder før de er ferdig på markedet. I denne sammenheng er det verdt å merke seg at det er bokklubber som gir ut *ny*, merket N i oversiktene foran, som har overtatt markedet. Her tilfredsstilles kravet om nyhet i dobbel forstand.

I sine bestrebelse på å treffe medlemmene med sine utgivelser, gjør klubbene med jevne mellomrom undersøkelser blant medlemmene for å finne fram til gjennomsnittsledmedlemmet, som en så prøver å gi ut passende bøker til. En kan ikke for ofte og for drastisk krysse medlemmenes forventninger.

La oss ta Bokklubben Nye Bøker som et eksempel. Hvert annet år foretar klubben en medlemsundersøkelse. Et tilfeldig utvalg på 1.000 personer svarer på spørsmål som kan si klubben noe om hvilke medlemmer klubben har. Mer detaljerte opplysninger fra disse undersøkelsene er vel bevarte forretningshemmeligheter, men etter det som er sluppet ut til offentligheten kan det typiske Nye Bøker-medlemmet se slik ut:

Navn Anne Paulsen

Adresse Oslo

Alder 30

Utdannelse Eksamen artium og lærerhøgskole

Sosial status Gift (separert), ett barn

Stilling Lærer

Inntekt 130.000

Målform Bokmål

Stemte ved siste valg SV (vil stemme AP i morgen)

Sist leste bok Har lest 4 av de siste 5 bøkene fra BNB

Denne idealtypiske konstruksjonen av BNB-medlemmet anno 1983, kan understøttes av de resultater Stig O. Sølvberg kom fram til i sin hovedfagsoppgave «Klubb og publikum». I oppgaven undersøker han 10 hovedbøker i BNB i 1980 for å kunne si noe om klubbens utgivelsesprofil i forhold til publikum. Ved gjennomgåelsen av medlemssammensetningen fant han at

«Klubben i stor utstrekning har et homogent publikum. Det gjelder først og fremst alder (medianalder 32 år), høgt utdanningsnivå, høgt lønnsnivå, urban bosetting, radikalt politisk preg - med unntak av Høyre som har sin »rettmessige« andel av leserne. Dessuten er medlemmene ivrige boklesere. Jeg har summert medlemsmassen opp under betegnelsen ungt *mellomlag*.

Videre fant han en stor grad av overensstemmelse mellom bøkernes verden og medlemmenes verden:

Vi møter unge hovedpersoner skildret i samtidsmiljø, og dette samtidsmiljøet har gjerne et intellektuelt preg. Muligheten for gjenkjenning er absolutt til stede. Man kan sjølsagt også spekulere over om ikke sentrale motiv og tema nettopp peker mot dette mellomlagets erfaringshorisont og mot medlemmenes egen virkelighetsoppfatning. Konkret tenker jeg her på samlivs- og kjønnsrolledebatten, som jo er svært sentral innenfor velutdannede og gjerne politisk radikale grupperinger i kjølvannet av kvinnebevegelsen.«

Bokklubben Nye Bøker er blitt karakterisert som en slags kulturlivets IKEA, et sted hvor 68-generasjonen finner bøker, bilder, grafikk, plater, kokebøker og konserter i et slags åndslivets supermarked. Nye Bøker direktøren Svein Sandnes medgir da også at klubben selger en livsstil, og med Andreas Hompland kan vi vel si at bokklubben har avløst 70-tallets «imser» (marxisme, populisme) med 80-tallets «ikker» (keramikk, grafikk etc.).

Sammenfattende vil jeg hevde at bokklubbene som produksjons- og distribusjonsform først kunne etableres under gitte historiske forutsetninger. I Norge var disse forutsetningene først oppfylt ved inngangen til 1960-årene. Eller som økonomisjefen i Gyldendal, Nils Kåre Jacobsen har uttrykt om 1950-årene «Egentlig var det bare et tidsspørsmål når bokklubbssystemet også ville bli innført i Norge».

For det første var nå befolkningsgrunnlaget så stort at det var mulig å samle relativt store homogene grupper av lesere. For det andre hadde en nådd et tilstrekkelig teknologisk nivå samtidig som avanserte markedsføringsmetoder var til stede for rasjonell produksjon og distribusjon av bøker. Endelig var de lave opplagstallene for skjønnlitteratur direkte utslagsgivende. Noe måtte gjøres. Dermed var det bare for Grieg og Thommessen og de andre å gå i gang...

## **Strukturendringer i bokbransjen**

Bokklubbens inntreden som medspillere i det litterære systemet kom til å få konsekvenser for de øvrige aktørene i dette systemet Forfatterne, forlagene, bokhandlerne og, som vi har sett, publikum.

«Endelig skal det bli forunt norske forfattere å tjene seg rike», ble det hevdet fra forfatterhold dengang BNB så dagens lys. For det fåtall av den norske skjønnlitterære forfatterstand - teller rundt 630 skjønnlitterære forfattere - som har fått sine bøker utgitt i BNB i løpet av et knapt tiår, har foreteelsen opplagt vært innbringende. En hovedbok i BNB belønnes fort med 300.000 kroner - før skatt. Påstanden om at muligheten for økonomisk gevinst og gjennomslag i offentligheten skal virke så fristende på forfatterne, at de skriver bøker

med det mål å få dem antatt i f.eks. BNB, skal jeg nøye meg med bare å nevne i denne forbindelse.

Problemet er at det har vært svært få forfattere forunt å få sine bøker antatt i BNB, og de forfattere og bøker som har slått an, har trukket mye av oppmerksomheten bort fra alle de andre utgivelsene. Hvilke konsekvenser dette har fått for det skjønnlitterære salget for øvrig, kan vi bare foreta mer eller mindre kvalifiserte gjetninger om. Men at det kan ha hatt sitt å si for den klare nedgangen i salget av skjønnlitteratur i 1980-årene, synes klart. I 1983 var salget av skjønnlitteratur sunket til 4,5 % av Forleggerforeningens medlemsforlags totale boksalg. 4,5 % Året før var tallet 7,0 %.

Særlig bokhandelen har fått merke tilbakegangen, og særlig fram til begynnelsen av 1970-årene sank bokhandelens markedsandel merkbart. Dette førte til en sanering av mindre lønnsomme bokhandlere - særlig i utkantene. Antallet organiserte bokhandlere sank fra 418 i 1961 til 376 i 1976. Siden har tallet stabilisert seg.

I 1950-årene hadde Bokhandlerforeningens medlemmer rundt 90 % av boksalget, i 1964 var andelen sunket til 72 % og i 1969 til 47 %. Som en reaksjon på denne negative utviklingen, dannet bokhandlerne bokhandlerkjeder Sentralbokhandelen i 1972 og Bokringen i 1974. Sammen med en rekke andre mottrekk fra bokhandlernes side førte dette til at bokhandelen tok tilbake markedsandeler. I dag har bokhandelen vel 50 % av totalomsetningen av bøker i Norge. Bokhandlernes andel av Forleggerforeningens medlemsforlag har stabilisert seg på vel 60 %.

En annen utviklingstendens innenfor bokhandlerleddet er en sterkere satsing på postordre og direct mail. Dette har bedret omsetningen, men undergravd kundetilstrømmingen til bokhandelen. Dette er et paradoks mange bokhandlere har vanskelig for å avfinne seg med.

Det synes klart at bokklubbene har vært «tyver på bokhandlerens marked», men likefullt er det klart at bokhandlerne likevel har styrket stillingen det siste tiåret. Vi har altså ikke med et enkelt null-sum spill å gjøre. At en part vinner, trenger ikke bety at den andre taper.

Samhandelen mellom medlemmene av Forleggerforeningen og Bokhandlerforeningen er regulert av Bransjeavtalen, den norske bokbransjes grunnlov. I denne grunnlov er *den faste bokpris* selve fundamentet for å opprettholde den struktur det norske litterære system har i dag. Bokklubbvirksomheten må betraktes som en uthuling av avtalen, og det er grunn til å merke seg at det er de tre storforlagene Gyldendal, Aschehoug og Cappelen sammen med Tiden som i sterkest grad har bidratt til denne uthulingen ved å selge bøker betraktelig billigere enn i ordinær bokhandel og ved selv å få sine bøker hyppigst antatt. Det er ikke små beløp - DNB solgte i 1981 for 150 millioner kroner - som blir tatt inn gjennom bokklubbene. En skulle tro at dette har ført til en sterk kon-

sentrasjon av forlagsdrift i Norge. Dette er nok til en viss grad tilfelle, men ikke i et omfang som en kunne ha grunn til å tro.

De siste årene har vist en stagnasjon i omsetning for bokklubbene. Særlig gjelder dette DNB. Hva kan vi vente av framtidige konsekvenser for norsk bokbransje i en slik situasjon?

Jeg ser flere muligheter. For det første kan stagnasjon føre til et ytterligere press for å få revidert bransjeavtalen i en retning som gir muligheter for økt bruk av direktesalg. Langs en slik tankerekke kan en ane farene for at fastprissystemet blir gjenstand for forsterket debatt. Hva som vil skje dersom fastbokprissystemet rakner, tør det bare være én mening om. Lærdommene fra Sverige og Frankrike - sistnevnte har gått tilbake til fastprissystemet etter å ha gjort svært dårlige erfaringer - burde veie tungt i en slik vurdering.

En annen mulighet er en økt vekt på salg av andre vareslag som plater, bildekunst, reiser, konserter, matkort, ja alt som kan egne seg for salg gjennom postordre. En salgsmåte som forlagene jo har bygget opp en betydelig know-how på gjennom sine år som bokklubborganisatorer.

En tredje tendens som vi i dag kan observere, er en sterkere begrensning i produksjonen av *antall skjønnlitterære* bøker. Cappelen har hatt gode resultater med en strengere linje her, Gyldendal - som har gitt ut like mange skjønnlitterære bøker hvert år som Aschehoug, Cappelen og Tiden tilsammen - er i ferd med å følge etter.

Endelig - det store spøkelset - at *bestselgerindustrien* setter seg kraftigere igjennom; at en intensiverer jakten på bestselgerne for på denne måten å kompensere for stagnasjonen.

Det lar seg ikke gjøre å komme med klare oppfatninger av hvilken retning utviklingen kommer til å ta, men klart er det at bokklubbene i dag er så økonomisk uunnværlige for forlagene at endringer i bokklubbvirksomheten vil røre ved hele det litterære systemet. I sin ytterste konsekvens er de ulike komponentene i dette systemet i dag så sammenfiltret, at negative svingninger i salg og omsetning vil virke inn på skjønnlitteraturens omfang (antall bøker), innhold og form.

## Omtalt og brukt litteratur

Den Norske Forleggerforening *Bransjestatistikk for 1970-1983*

Audhild Nedberg *Bokklubben Nye Bøker. Masseprodusert kultur for individualister? En analyse av BNBs forhistorie, bokutvalg og markedsføring*. Hovedoppgave. Tromsø 1983.

Stig O. Sølvberg *Klubb og publikum*. En undersøkelse av forholdet mellom boktilbud og marked i Bokklubben Nye Bøker, med utgangspunkt i året 1980. Hovedoppgave. Oslo 1983. Sitater fra s. 218 og 219.

Hans Hertel *Den daglige bog*. Bøger, formidlere og lærere i Danmark gennem 500 år. København 1983.

Jürgen Habermas *Borgerlig offentlighet*. Oslo 1971.

Nils Kåre Jacobsen. *Bak kobberdøren*. Oslo 1974.

Dagbladet 10.03.84. Innblikk og Utsyn «Bokklubbmonopol», Geir Berdahl.



#### **NR 14 (1983) BOLIGMARKED OG BOLIGPOLITIKK I NORDEN**

Av innholdet:

Owe Lundwall: Mot måttnad på boligmarknaden, Knut Moum: Progressiv beskatning og kredittasjonering i et delvis regulert boligmarked, Hans Skifter Andersen: Markedsmekanismens utilstrækkelighet på utlejningsmarkedet, Morten Jensen og Kjell Roland: Formuesfordelingen i boligmarkedet — fra fattig til rik?, Einar Kleppe: Boligbeskatningen i dag — hvem tjener på endringer?, Jens Bonke: Boligpolitikken i Danmark — problemer og muligheter, Lars Gulbrandsen: Fra gårdeier til andelseier — om framveksten av nye konfliktlinjer på boligmarkedet i Oslo

100 s, kr. 30,—

#### **NR 15—16 (1983—1984) DE NORDISKE MODELLENE I KRISE? ØKONOMISK POLITIKK I NORDEN PÅ SYTTITALLET**

Av innholdet:

Knud Erik Skouby: Den danske model, Pekka Kosonen, Tapio Lovio og Jukka Pekkarinen: Den finska modellen — forändringar och förvittring eller kontinuitet och allmångiltighet?, Birgir Bjørn Sigurjonsson: Den isländska modellen, Ådne Cappelen, Jan Fagerberg og Lars Mjøset: Den norske modellen, Lennart Erixon: Den svenska modellen i motgång — En analys av dess effekter og förändrade forutsättningar under perioden 1974—1984

160 s, kr. 50,—

#### **NR 17 (1984) LANGE BØLGER, TEKNOLOGISK OG SOSIAL UTVIKLING, UTENRIKSHANDEL**

Av innholdet:

Chris Freeman og Carlota Perez: Long waves and new technology, Alain Lipietz: Accumulering og kriser, Jan Fagerberg: På søking etter en teori om utenrikshandel og vekst, Lars Mjøset: Et institusjonelt perspektiv på den aktuelle krisen, Signaturen «R»: Den tjekkoslovakiska økonomien

90 s, kr. 40,—

Abonnement (kr. 90 for tre numre) og enkeltnumre bestilles ved å innbetale det aktuelle beløp til NOPEK, Pb. 1095, Blindern, Oslo 3, Postgiro (Norge) 2061604. Merk talongen hva det gjelder. Alle priser i norske kroner.