

Referat fra møte i Nord-Trøndelag historielag 5.september 2011 på Verdal hotell

Tema for møtet: Årboka – innhold og distribusjon/markedsføring

Styret i Nord-Trøndelag historielag hadde invitert alle medlemslag for å diskutere årboka som er lagets viktigste oppgave.

Leder Johan Solheim ønsket velkommen og innledet om kveldens emne.

Kjell Erik Pettersson, medlem i redaksjonskomiteen for årboka, ga oss først en interessant oversikt over årbokas utvikling. Nord-Trøndelag historielag ble startet i 1919, med en medlemskontingent på kr. 2,- pr. år og livsvarig medlemskap kr. 50,-. 18 ungdomslag sto også som medlemmer.

Første årbok kom i 1921 med tittel "Melding" og var på 15 sider. I starten var det ikke så mange medlemmer, men antallet steg, og i 1939 var medlemstallet ca. 330. Enda flere ble med etter krigen, i 1954 var det nesten 500 medlemmer. Gjennom årene har årboka blitt forandret både i størrelse og utseende; spesielt fra 1977 var det stor forandring, med illustrasjoner og fargerikt omslag. Da forsvant også reklamen som var i bøkene på 1970-tallet. I dag er årboka på omtrent 230 sider med mange bilder, også i farger.

I de senere årene har salget avtatt, og også antall som abonnerer på årboka har gått ned. I en del år var Steinkjer bokhandel ansvarlig for å sende ut årboka, men denne avtalen ble oppsagt i 2001. Jarle Taraldsens regnskapskontor har siden hjulpet til med utsendelsen. Årboka har nå et opplag på 800 og av det er ca. 500 solgt i dag.

Redaksjonen forsøker å få en god geografisk spredning på artiklene i årboka, og ha en blanding av korte og lange artikler; maks. 20 sider. Innholdsmessig holder artiklene en meget høy kvalitet og har mye interessant stoff. Se artikkeloversikten fra 1921 til 2010 som Øyvind Bent Aas har laget på internettadressen:

<http://sites.google.com/site/oeyvindbendtaas/Home>

Problemet i dag er stadig dårligere salg og en fare for at boka kan måtte gå inn hvis ikke noe blir gjort. I 2019 er det 100 år siden starten av historielaget, og vi håper det vil "være liv laga" for årboka også da.

Johan Solheim åpnet så for diskusjon.

Markedsføring er viktig. Det må satses mere overfor de enkelte medlemslagene som oppfordres til å kjøpe inn et visst antall årbøker for videresalg til egne medlemmer og andre.

Årsmøtet kan kanskje diskutere om lagene skal være forpliktet til å kjøpe et visst antall årbøker; gave til styremedlemmene? Bør Nord-Trøndelag historielag ha en egen salgs-/markedsføringsgruppe?

Historielagene kan ha selgerkorps som får personlig kontakt, og forsøke salg på "markeds plasser" slik som "Jul på Stiklestad". Også bokhandlene må følges opp for å se om de har årboka til salgs.

Prisen på boka ble diskutert; er den for høy? Kan medlemmer få en lavere pris enn i dag? Er trykkeutgiften for høy og kan det gjøres noe med den? Kan det være reklame i boka? Disse spørsmålene er diskutert i boknemnda og må også tas opp av lokallagsmedlemmene.

Hvem kjøper boka? Hvem er vårt publikum? Fenger innholdet og er det interessant for flere enn "de frelste"? Ekskluderer det noen? Alle artiklene har høy faglig kvalitet, men kanskje kan andre emneområder være med. Er det for få kvinnelige forfattere? Hva med stoff fra andre fylker og Namdalen? Satse mere på småartikler?

Boka i konkurranse med dataverdenen. Hvordan blir dette framover?

Lokallagene oppfordres til å ta opp framtida for årboka til diskusjon – årboka er Nord-Trøndelag historielags viktigste oppgave.

Det er bestemt dato for **årsmøtet** som blir i regi av **Sparbu historielag**:

lørdag 26. november. Sted og tid vil bli bekjentgjort senere.

Referent: Ellen Lillevestre