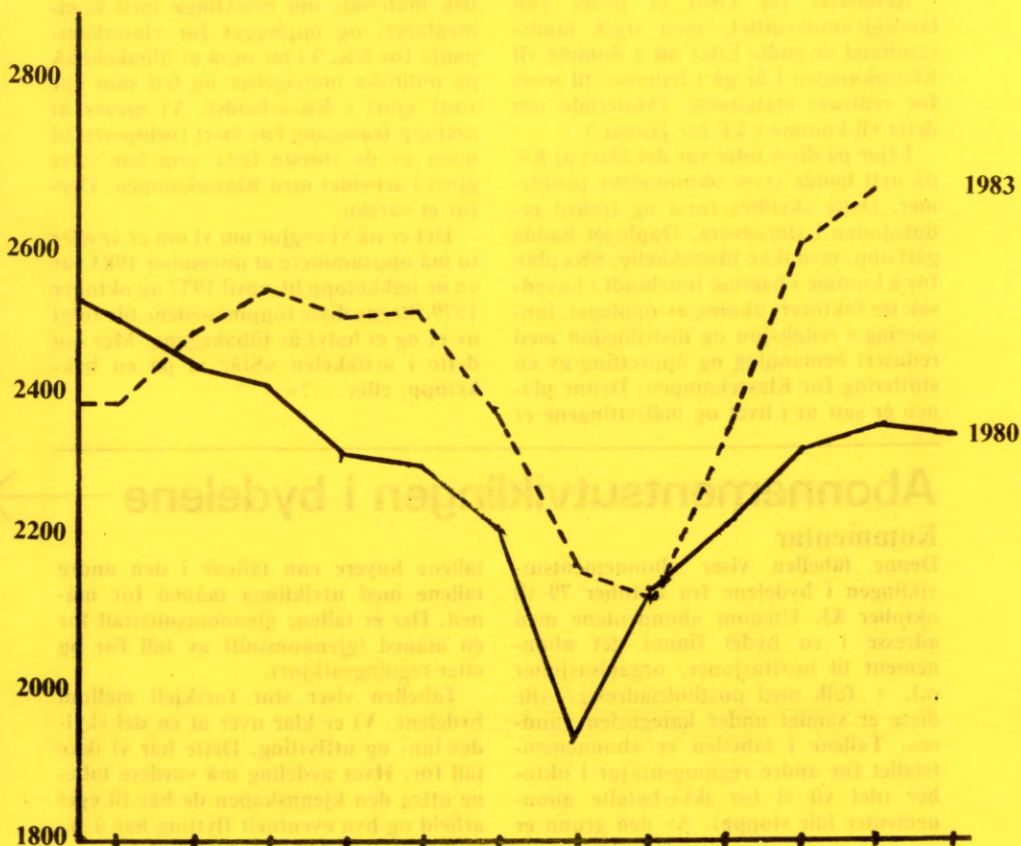


FFP NOVEMBER 1983

Klassekampen-ekstra

Materiale til obligatorisk avdelingsdiskusjon i januar om vinterkampanjen

1983: Beste resultat siden starten



1983: Beste resultat siden starten

1983 har vært et godt år for Klassekampen. Her i Oslo er resultatet så langt (november) det beste noensinne. Fra november i fjor til november i år har tallet på dagsavisabonnenter økt fra 2352 til 2656. Dette er en framgang på 304 abonnenter og utgjør 12,9 prosent. I gjennomsnitt for denne perioden er abonnements-tallet 2413. Dette er godt over den målsettinga på 2350 som ble stilt for 1983.

Resultatet for Oslo er bedre enn landsgjennomsnittet, men også landsresultatet er godt. Etter alt å dømme vil Klassekampen i år gå i balanse, til tross for redusert statsstøtte. (Materiale om dette vil komme i TF for januar.)

I fjor på disse tider var det klart at KK på nytt hadde store økonomiske problemer. Dette skyldtes først og fremst reduksjonen i statsstøtte. Opplaget hadde gått opp, men ikke tilstrekkelig. SKs plan for å komme i balanse inneholdt i hovedsak tre faktorer: økning av opplaget, innsparing i redaksjon og distribusjon med redusert bemanning og oppretting av en støttering for Klassekampen. Denne planen er satt ut i livet og målsettingene er

oppnådd.

Vi står altså overfor en ny situasjon. Klassekampens eksistens er ikke lenger i fare pga. økonomiske problemer. Til nå har målsettinger for abonnementsutviklinga basert seg på hva som har vært økonomisk nødvendig. Nå kan vi stille målsetting ut fra en plan om økt politisk innflytelse.

I dette KK-ekstra legger vi fram statistisk materiale om utviklinga med kommentarer, og opplegget for vinterkampanja for KK. Vi tar også et tilbakeblikk på politiske motsigelser og feil som har vært gjort i KK-arbeidet. Vi mener at nettopp framgang har vært forløperen til noen av de største feila som har vært gjort i arbeidet med Klassekampen. Derfor et varsko.

Det er nå vi avgjør om vi om et år eller to må oppsummere at november 1983 var en ny bakketopp lik april 1977 og oktober 1979. Begge disse toppmånedene ble fulgt av et og et halvt år tilbakegang. Mer om dette i artikkelen «Står vi på en bakketopp, eller...?»

Abonnementsutviklingen i bydelene

Kommentar

Denne tabellen viser abonnementsutviklingen i bydelene fra oktober 79 til oktober 83. Utenom abonnentene med adresse i en bydel finnes det abonnement til institusjoner, organisasjoner o.l. + folk med postboksadresse. Alle disse er samlet under kategorien «andre». Tallene i tabellen er abonnements-tallet før andre regningsutkjør i oktober (det vil si før ikke-betalte abonnenter blir stoppa). Av den grunn er

tallene høyere enn tallene i den andre tabellen med utviklinga måned for måned. Der er tallene gjennomsnittstall for én måned (gjennomsnitt av tall før og etter regningsutkjør).

Tabellen viser stor forskjell mellom bydelene. Vi er klar over at en del skyldes inn- og utflytting. Dette har vi ikke tall for. Hver avdeling må vurdere tallene utfra den kjennskapen de har til eget arbeid og hva eventuelt flytting har å si.

Bydel:	DAGSAVISABONNENTER:				LØRDAGSABONNENTER:				ABONNENTER I ALT:						
	Okt	Okt	Okt	Okt	Okt	Okt	Okt	Okt	Okt	Okt	Okt	Okt	Okt	Okt	Okt
	-79	-80	-81	-82	-83	-79	-80	-81	-82	-83	-79	-80	-81	-82	-83
1 Frogner,Vika	142	125	110	101	109	16	24	35	34	37	158	149	145	135	146
2 Homansbyen,Uranienborg,Majorstua	148	139	128	121	154	27	30	40	49	49	175	169	168	170	203
3 St.hanshaugen,Ila,Gamle Aker	142	102	94	111	125	19	20	31	27	35	161	122	125	138	160
4 Marienlyst,Ulleval,Blindern	132	105	96	120	123	19	26	24	35	36	151	131	120	155	159
5 Bjølsen,Ila,Sagene	109	86	81	83	110	13	13	21	37	25	122	99	102	120	135
6 Sandaker,Åsen,Torshov	131	121	153	134	148	8	19	30	41	29	139	140	183	175	177
7 Grunerløkka,Hammersborg	174	165	136	141	144	12	23	34	29	28	186	188	170	170	172
8 Sinsen,Rodeløkka,Tøyen	140	122	96	111	130	16	15	20	18	30	156	137	116	129	160
9 Grønland,Gamlebyen,Kampen mm.	180	147	133	149	154	18	22	24	30	45	198	169	157	179	199
Sum Indre by	1298	1112	1027	1071	1197	148	192	259	300	314	1496	1304	1286	1371	1511
10 Ekeberg,Holtet,Bekkelaget	26	28	24	29	39	9	11	12	14	11	35	39	36	43	50
11 Nordstrand	27	28	34	42	39	5	5	4	12	12	32	33	38	54	51
12 Sandre Nordstrand(med Holmlia)	9	10	9	12	26	2	2	2	4	8	11	12	11	16	34
15 Lambertseter	27	30	26	25	30	6	8	12	10	8	33	38	38	35	38
16 Bøler m.m.	65	58	49	43	37	8	11	10	12	15	73	69	59	55	52
18 Ryen,Manglerud,Abildsø	28	30	29	33	44	2	7	10	19	20	30	37	39	52	64
19 Skøyen,Trasop,Oppsal	59	52	35	48	48	8	4	8	9	23	67	56	43	57	71
20 Hellsfyr	40	32	26	24	27	5	7	10	9	7	45	39	36	33	34
21 Hellerud Haugerud,Trosterud	73	71	59	65	67	6	13	15	16	20	79	84	74	81	87
24 Lindeberg,Furuset	84	85	70	72	90	13	12	12	29	32	97	97	82	101	122
25 Høybråten,Ellingsrud,Haugenstua	48	31	33	34	29	4	6	11	12	12	52	37	44	46	41
26 Stovner	69	57	53	54	58	10	21	13	11	22	79	78	66	65	80
27 Romsås	68	57	54	51	47	9	10	13	13	8	77	67	67	64	55
28 Rødtevd,Ammerud,Grorud	44	28	27	29	22	2	7	6	10	11	46	35	33	39	33
29 Kaldbakken,Flaen,Grorud	31	24	24	22	19	3	4	3	3	4	34	28	27	25	23
30 Linderud	57	50	51	46	43	6	2	4	6	4	63	52	55	52	47
31 Hasle - Økern	43	32	39	29	30	4	10	7	11	6	47	42	46	40	36
32 Arvoll	58	39	37	28	45	7	8	11	14	8	65	47	48	42	53
33 Nydalen,Grefsen,Kjelsås	40	32	30	31	28	6	10	5	8	14	46	42	35	39	42
34 Sogn	123	86	79	87	94	11	16	29	26	27	134	102	108	113	121
35 Vindern,Ris m.m.	32	24	24	31	39	3	7	12	25	24	35	31	36	56	63
36 Røa,Hovseter,Voksen	70	74	69	67	70	7	14	18	25	23	77	88	87	92	93
37 Ullern	16	15	15	27	29	0	6	7	11	12	16	21	22	38	41
38 Skøyen,Smestad	10	15	19	21	37	9	4	5	8	11	19	19	24	19	48
39 Bygdøy	3	6	4	10	5	0	2	1	4	2	3	8	5	14	7
40 Marka	8	6	7	5	4	1	2	1	1	4	9	8	8	6	8
Sum bydelar	2456	2112	1953	2036	2243	294	401	500	622	662	2750	2513	2453	2658	2907
Andre	213	261	277	325	418	18	20	12	20	21	231	281	289	345	439
Sum totalt Oslo	2669	2373	2230	2361	2661	312	421	512	642	681	2981	2794	2742	3003	3342

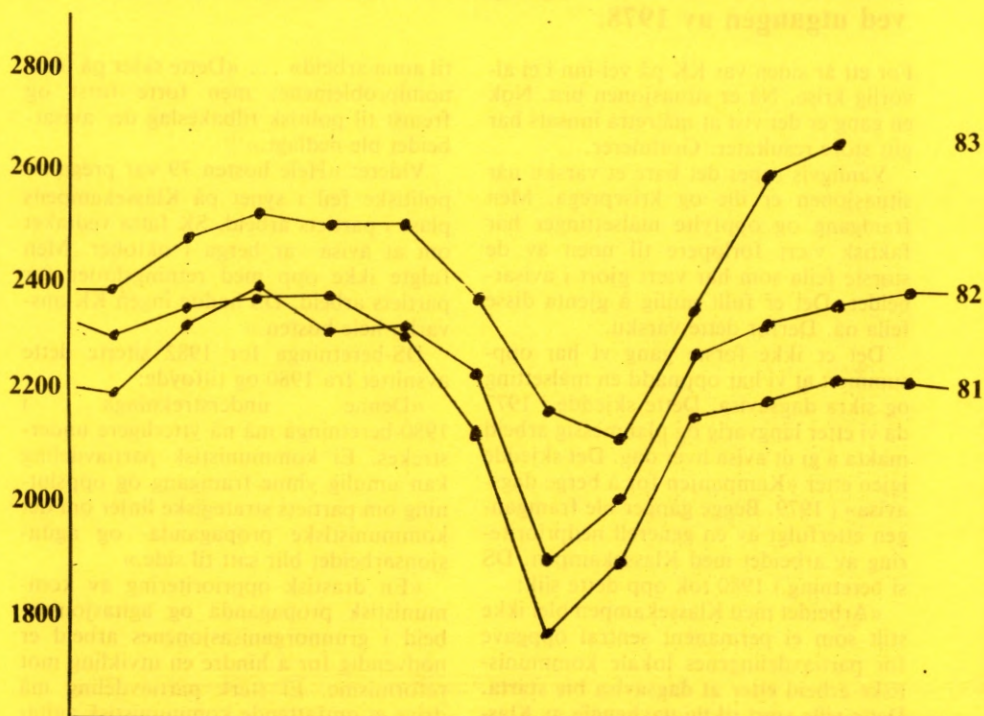
Abonnementsutviklinga i Oslo siste 5 år dagsaviser

4

	1978	1979	1980	1981	1982	1983
JANUAR		2750	2489 - 9.5%	2292 - 7.8%	2192 - 4.4%	2376 + 8.4%
FEBRUAR		2900	2426 -16.3%	2346 - 3.3%	2325 - 0.9%	2469 + 6.2%
MARS		2900	2402 -17.2%	2357 - 1.9%	2374 + 0.7%	2524 + 6.3%
APRIL		2800	2314 -17.4%	2358 + 1.9%	2301 - 2.4%	2490 + 8.0%
MAI		2700	2294 -15.0%	2294 0.0%	2314 + 0.9%	2496 + 7.9%
JUNI		2550	2207 -13.5%	2120 - 3.9%	2232 + 5.3%	2363 + 5.9%
JULI		2350	1934 -17.7%	1759 - 9.0%	1871 + 6.4%	2162 +15.5%
AUGUST		2550	2128 -16.5%	1887 -11.3%	1999 + 5.9%	2111 + 5.6%
SEPTEMBER		2650	2216 -16.4%	2149 - 3.0%	2264 + 5.4%	2339 + 3.3%
OKTOBER		2650	2311 - 9.3%	2174 - 5.9%	2316 + 6.5%	2593 +12.0%
NOVEMBER		2584	2344 - 5.4%	2213 - 5.6%	2352 + 6.3%	2656 +12.9%
DESEMBER	2485	2535 + 2.0%	2337 - 7.8%	2208 - 5.5%	2376 + 7.6%	
GJENNOMSNITT:	2660		2284 -14.1%	2180 - 4.6%	2243 + 2.9%	des.-82-nov.-83: 2413 + 8.3%

Denne tabellen viser abonnementsutviklinga (dagsavis) for de siste 5 åra. Fra april -77 til november 1978 har vi ikke tall, men det er ganske sikkert at denne perioden var en periode i tilbakegang som endte med den store krise. Alle krefter ble kasta inn på å berge dagsavis. Kampanjen for å berge Klassekampen gikk fram til oktober 1979. Etter denne kampanjen starta tilbakegangen som varte til januar 1982. Siden har det vært framgang.

NB! Prosenttallet viser den prosentvise framgang eller tilbakegang i forhold til tilsvarende måned året før.



Står vi på en bakketopp, eller har vi bare begynt oppstigningen?

Som det framgår av oversikten over abonnementsutviklinga er 1983 det klart beste året for Klassekampen i Oslo siden vi starta dagsavisa. Vi snakker nå om det politiske resultatet, det vil si hvor langt vi når ut med propagandaen og agitasjon gjennom Klassekampen. Målestokken er her først og fremst abonnementstallet til enhver tid. Og aldri før har *det* økt så mye i løpet av ett år. Økonomisk sett var 1979 et bedre år. Gjennomsnittet var høyere da. Men tilbakegangen etter oktober, da «Kampanjen for å berge Klassekampen som dagsavis» ble avslutta, gjorde at abonnementstallet ved utgangen av 1979 knapt var høyere enn ved utgangen av 1978.

For ett år siden var KK på vei inn i ei alvorlig krise. Nå er situasjonen bra. Nok en gang er det vist at målretta innsats har gitt store resultater. Gratulerer.

Vanligvis ropes det bare et varsku når situasjonen er ille og kriseprega. Men framgang og oppfylte målsettinger har faktisk vært forløpere til noen av de største feila som har vært gjort i avisarbeidet. Det er fullt mulig å gjenta disse feila nå. Derfor dette varsku.

Det er ikke første gang vi har oppsummert at vi har oppnådd en målsetting og sikra dagsavisa. Dette skjedde i 1977 da vi etter langvarig og planmessig arbeid maktet å gi ut avisa hver dag. Det skjedde igjen etter «Kampanjen for å berge dagsavisa» i 1979. Begge ganger ble framgangen etterfulgt av en generell nedprioritering av arbeidet med Klassekampen. DS si beretning i 1980 tok opp dette slik:

«Arbeidet med Klassekampen blei ikke stilt som ei permanent sentral oppgave for partiavdelingenes lokale kommunistiske arbeid etter at dagsavisa ble starta. Dette ville vært riktig uavhengig av Klassekampens økonomiske stilling. Partiplaner var prega av at arbeidet med dagsavisa måtte prioriteres ned for å gi plass

til anna arbeid» ... «Dette skjer på økonomiproblemene, men førte først og fremst til politisk tilbakeslag der avisarbeidet ble nedlagt.»

Videre: «Hele høsten 79 var prega av politiske feil i synet på Klassekampens plass i partiets arbeid. SK fatta vedtaket om at avisa var berga i oktober. Men fulgte ikke opp med retningslinjer for partiets arbeid. DS hadde ingen KK-ansvarlig hele høsten.»

DS-beretninga for 1982 siterte dette avsnittet fra 1980 og tilføyde:

«Denne understrekninga i 1980-beretninga må nå ytterligere understrekes. Ei kommunistisk partiavdeling kan umulig vinne framgang og oppslutning om partiets strategiske linjer om det kommunistiske propaganda- og agitasjonsarbeidet blir satt til side.»

«En drastisk oppprioritering av kommunistisk propaganda og agitasjonsarbeid i grunnorganisasjonenes arbeid er nødvendig for å hindre en utvikling mot reformisme. Ei sterk partiavdeling må drive et omfattende kommunistisk agitasjons-, propaganda- og organisasjonsarbeid. For at Klassekampen skal få den sentrale plass i partiets arbeid som den

fortjener, ma det kjempes fram en forstaelse for at dagsavisa er helt sentral for alle disse hovedomradene for kommunistisk virksomhet. Klassekampen er den kollektive propagandisten, agitatoren og organisatoren.»

Sporsmalet er i grunnen enkelt. Enten prioriterer vi avisarbeidet ut fra et mal om a sikre avisas økonomiske grunnlag, eller sa prioriteres avisarbeidet ut fra den politiske betydninga det har for innflytelse og oppslutning om en revolusjonær politikk her i landet. Det fins to ulike oppfatninger av arbeidet med avisa. KK-arbeidet er ei sentral oppgave som paellegges avdelingene til fortrengsel for lokalt kommunistisk arbeid. Eller: KK er det viktigste redskapet partiavdelingene har i sitt lokalet kommunistiske arbeid for a øke avdelingas innflytelse og øke oppslutninga om revolusjonær politikk pa sitt område.

Disse ulike matene a vurdere og prioritere KK-arbeidet kan føre til enighet om prioriteringa i «Krisetider». Men straks situasjonen er bra, ma disse ulike vurderingene føre til uenighet om prioriteringa. Enten gis KK fortsatt en helt sentral plass i partiarbeidet slik det staende direktivet om KK tilsier, eller sa trappes arbeidet ned. To ganger for har vi gjort det siste. Resultatet ble politisk tilbakegang og etter ei tid økonomiske problemer.

Distriktsmotet i 1982 slo fast den sentrale prioriteringa av KK-arbeidet ut fra en politisk begrunnelse. Distriktsmotet var enstemmig. I opplegget for KK-kampanja i vinter og i videre planer for arbeidet med KK, ma vi ta dette utgangspunktet. Bare slik kan vi unnga at november 1983 blir en ny bakketopp for nedstigning. Vi har bare begynt oppstigningen, det ma være mottoet na.

KK-ansvarlig i DS



Uttalelse vedtatt av KK-konferansen

November 1983

For ett år siden var KK på vei inn i ei alvorlig økonomisk krise. Avisa hadde i 1981 og 82 store underskudd, dels på grunn av redusert statsstøtte, men også fordi vi ikke hadde klart å øke opplaget som planlagt. Vårt svar ble en ny offensiv; hele partiet ble mobilisert for å verve flere nye abonnenter, bedre fornyingsopplegget og øke løssalget. Avisa reduserte kostnadene gjennom bemaningsreduksjon og andre nedskjærings tiltak. Det ble etablert en frivillig støtte med faste økonomiske bidrag til avisa.

KK-konferansen vil gratulere hele partiet med de resultatene vi har oppnådd. Nettoopplaget har vist en stigende tendens helt siden i fjor høst, og vil bli omlag 8200 som gjennomsnitt for 1983, det er fem hundre over fjoråret. Støttingen ble en stor suksess og har gitt en ekstraintekt på omlag 700000. Dette har både gitt oss et driftstilskudd og gitt oss midler til investeringer. Fra og med høsten -83 kunne KK som en av de første avisene i Oslo innføre innskriving på skjerm i redaksjonen.

Opplagsøkning og teknisk rasjonalisering ga en økonomisk gevinst som ble brukt til sideutvidelsen fra 1. september. Redaksjonen benyttet anledningen til å fornye redigeringsopplegg og presentasjonsform. Dette falt sammen med valginspurten og starten på høstaksjonen. Omlegginga ble godt mottatt og bidro sterkt til den vellykkete verveaksjonen. Også løssalget har ligget over fjorårets resultat.

Samtidig som vi gleder oss over dette, vil vi også peke på at resultatene er oppnådd på tross av at det stående direktivet

om KK-arbeidets plass i avdelingenes arbeid bare blir fulgt i deler av partiet. I endel fylker er det fortsatt både et svakt grep om KK-arbeidet i DS og mange partiavdelinger uten KK-ansvarlig og KK-arbeid. Under den forrige vinterkampanjen ble mange partimedlemmer trukket med i bl.a. løssalget, men alt for mange av disse falt fra etter kort tid. Altså har vi fortsatt uutnyttede reserver!

KK-konferansen mener at den positive utviklinga vi nå ser for partiavisa må utnyttes til å stille en ny målsetting:

Om fem år — i 1988 — skal nettoopplaget ha passert 10 000 som årsgjennomsnitt!

Dette vil kreve en vekst på 1800 eksemplarer spredt hver dag sammenliknet med i år, altså 22 prosent mer. Økningen må fordeles på abonnement og løssalg og vil kreve fylkesmålsettinger som øker fra år til år.

Vi vil stille denne målsettinga opp mot en tendens som finnes både innafor DS-ene og avdelingene til å si seg tilfreds med at vi «har KK», samtidig som man ikke tar et eneste initiativ for å bidra til at avisa når ut til flere folk. Vi har også erfart at det påplasser med dårlig KK-arbeid ofte praktiseres en usunn «borgfred», der kamerater som sluntrer unna KK-salg, verving o.l. oppgaver, gjensidig unnlater å kritisere hverandre.

Etter vår mening er det nødvendig å få igang en debatt om KKs politiske betydning for partiet og KK-arbeidets plass i vårt eksterne arbeid. For et kommunistisk parti er propaganda og agitasjon et nøkkelledd for å tilføre og utvikle klassebevissthet. Avisa er vårt viktigste redskap for å spre ml-rørslas standpunkter og øke

partiets innflytelse.

Avisa er en forutsetning for å fungere som et landsomfattende parti, med felles paroler og erfaringer. Den gjør det lettere for oss å drive politisk massearbeid i fagforeninger, interesseorganisasjoner og anti-imperialistiske fronter. Den er viktig for å øke oppslutninga om RV i valg.

KK-salg, abonnementsverving og fornyingsarbeid er ikke bare «praktiske oppgaver», men en sentral del av partiets eksterne massearbeid og sympatisørarbeid. Vi skal øke opplaget gjennom å forbedre dette arbeidet og for å styrke AKP(m-l)s politiske innflytelse.

Økt opplag vil også gi avisa mer ressurser, gjøre oss mindre avhengig av statens bevilgningspolitikk og sikre et økonomisk grunnlag for å kunne forbedre avisas innhold og form. En slik planmessig ekspansjon vil kreve en lang rekke politiske og organisatoriske tiltak. Vi vil kort peke på enkelte saker:

- Vi må gjøre opp med den liberalistiske ideen om at framgangen i høst er et endelig bevis på at KK «kan selge seg sjøl». Sjølsagt utnytter KK markedsføring og egenreklame, og med større ressurser kan også dette øke i omfang. Men vi har ikke noen mulighet til å hamle opp med storavisenes kapitalistiske salgsorganisasjon.

Vår store ressurs er nettopp partiet og de mange sympatisørene som støtter den. Dette er livsnerven for avisa!

- Alle må ta stilling til opplagsmålsettinga på 10000 og de praktiske konsekvensene av dette. I hvert distrikt må det klargjøres hva dette betyr for planer og arbeidsoppgaver. Dette gjelder både utbygging av løssalget, systematisk verving, fornyingsjobbing og økning av antallet KK-aktivister.

- Avisas innhold og form å stadig videreutvikles. Det er stor oppslutning om KKs redaksjonelle hovedlinje. Samtidig har avisa svakheter på enkelte felter og vi vil understreke betydninga av at KK utvikles som «kollektiv organisator» i å gi veiledning til handling. Partiet må også bli langt bedre til å utnytte spesielle oppslag som har betydning lokalt til ekstra salgsframstøt.

- Støttingen må fortsette, både fordi dette er nødvendig for avisas drift, for å skaffe midler til framtidige investeringer og som reservefond.

KK har hatt framgang. Men om vi har vunnet noen laurbær, så er det ingen grunn til å lene seg tilbake og hvile på dem. La oss utnytte den gunstige situasjonen til å ta nye steg framover!

Direktiv fra SKAU

1. Partiplanen for 1984 slår fast at det skal gjennomføres en vinterkampanje for Klassekampen i perioden 15. januar til 1. mars. Målsettinga er å verve 1300 dagsavisabonnenter. Dette vil de fleste steder kreve at partiorganisasjonen har dette som hovedoppgave i denne perioden. Når det gjelder prioriteringa av partiplanen for året som helhet vil dette ta sitt utgangspunkt i målsetting for gjennomsnittlig abonnementsnivå og løssalg for hele 1984. Både vinterkampanjen og det langsiktige KK-arbeidet ble drøftet på en kon-

feranse for distriktsstyrenes KK-ansvarlige i november. I en enstemmig uttalelse blir partiet oppfordret til å utnytte den positive situasjonen for avisa til å stille ei ny målsetting: 10000 i nettoopplag om 5 år! Årets resultat er anslått til 8200 og dette vil altså kreve en nettoøkning på i gjennomsnitt 360 år. SKAU slutter seg til dette og går inn for at de ulike målsettingene for KK-arbeidet neste år må være et ledd i en sånn langtidsplan. Vi henviser også her til uttalelsen fra konferansen.

2. KK-kampanjen skal diskuteres på et avdelingsmøte, fortrinnsvis i første halvdel av januar. Lagsstyret må legge uttalelsen fra KK-konferansen til grunn for behandling. I tillegg kommer informasjonen om DS'enes eget opplegg for kampanjen lokalt, samt det stående direktivet om KK-arbeidet. Vi foreslår at det legges vekt på følgende problemstillinger på avdelingsmøtet:

a) Enighet/uenighet i målsettinga om økning av nettoopplaget, vurder da både den politiske begrunnelsen for at KK-arbeidet må ha en stor og fast plass i partiarbeidet og de praktiske kravene dette vil stille. Diskuter bruken av KK for å spre partiets standpunkter og øke

var politiske innflytelse.

b) Hvordan står KK-arbeidet i avdelinga? Finnes det eks. på at kamerater «er for KK» i ord, men ikke følger opp dette i praksis. Brukes tillitsverv i fagforeninger/masseorganisasjoner som unskyldning for ikke å selge avisa/verve abonnenter? (Unnga stilen: «Kritiserer ikke du meg, så nevner ikke jeg dine feil heller!»)

c) Konkrete planer/oppgaver for folk i avdelinga. Ta utgangspunkt i verve-målsettinga for avdelinga. Fordel verveoppgaver, presenter plan for løssalget. Ta også kort opp KKs økonomiske behov for at bidragene gjennom støttingen til avisa (Else Bergs minnefond) fortsetter.

DIREKTIV FRA DSAU

1. Direktiv fra SKAU (nov. ffp) med opplegg for obligatorisk avdelingsdiskusjon gjelder. Forberedelsesmaterialet til det obligatoriske møtet om KK er materialet om KK i nov. FFP.

2. Alle UDS for bransjer og avdelinger i bydelene skal velge en ekstern kampanjeleder. Andre avdelinger bør velge slik kampanjeleder. Melding om hvem som er

kampanjeleder skal meldes til KK-utvalget innen 20. desember. Sendes KK-utvalget i Oslo, Boks 211, Sentrum, Oslo 1 eller leveres på partikontoret i Bernt Ankersgt. 6b.

Kampanjeleaderne vil bli innkalt til møte i januar.

3. Lokale målsettinger vil bli fastsatt etter diskusjon med UDS og avdelingsformenn.

Opplegg for vinterkampanja for KK

Hovedmålsettinga er å verve 420 abonnenter i Oslo i løpet av kampanjen.

Sjøl om det er helt nødvendig at boligavdelingene bruker mye tid på å oppsøke «gamle» abonnenter, og at alle lager liste over «bekjentskaper som skal spørres og diskuteres med», vil vi i vinter legge større vekt på å verve nye «abonnenter», abonnenter gjennom løssalg.

Derfor vil vi stille en høy løssalgsmålsetting for kampanjen. Vi tror tida er moden for et gjennombrudd i løssalget flere steder i bydelene. Fortsatt selger ikke avisa på de fleste arbeidsplassene der vi er og salget er fraværende eller smått på de fleste skoler.

I tillegg til verve- og løssalgsmålsettinga vil vi i denne kampanjen ha som mål å snu utviklinga av tilbakegang for budlevering. Vi satsar på å opprette nye budruter. **Se egen artikkel!**

Kampanjen i januar/februar -84

Det er først og fremst to forhold som gjør at vi vil legge større vekt på løssalget og «verving på gata» under neste KK-kampanje her i Oslo.

— Valgresultatet. Flere enn vi venta stemte på RV ved kommunevalget. Mange flere enn KK-abonnenter og kjøpere (og deres ektefeller). Hvem er disse? Hva venter de av oss etter valget? Hva vil de slåss for? Svarene er sikkert mangfoldige, men de viser oss at vi har muligheter til å nå breiere ut.

— Noen eksempler på «ny giv» i KK-salget i høst. St. Hanshaugen lå på et salg på opptil 15 aviser hver lørdag i vår. Nå selger de 70–100 aviser hver lørdag *på samme stedet!* Grunnen er *minst* 4 selgere med pågående stil, liv og diskusjoner rundt avisa. Bislett utvida løssalget fra ca. 20 i uka til 60–70 under kampanjen i

februar, og har nå tatt opp hansken fra St. Hanshaugen for å komme på samme nivå igjen.

Hva er det som er så spesielt med Ullevålsveien eller Matkroken på Bislett? Vi mener at disse eksemplene viser at de «naturlige» grensene for løssalg og kontakt med folk rundt om i bydelene kan sprenges!

Verving gjennom løssalg

Abonentene er avisas rygggrad. Klassekampen skal ikke bli «venstresidas VG» som selger på fiks layout og sensasjoner. Men det er mange tusen folk her i byen som trenger KK hver dag og ikke veit det ennå. Sjølsagt skal vi ikke slutte å diskutere med naboen og arbeidskameraten som slutter å abonnere når husleia og strømmen blir for dyr. Kampanjen i jan./feb. betyr også den nødvendige oppsummeringa av fornyingsarbeidet, oppsøke de vi ikke rakk i valgkampen.

Men for de som synes de alt har diskutert mange ganger med «de gamle», er det god grunn til å prøve å få nye kontakter. I forbindelse med omlegginga av avisa blei det sendt avis og tilbudsbrief til gamle abonnenter. Sammen med oppsøking og diskusjoner rundt valget fikk vi veldig god respons på det. Nå synes vi tida er moden for å gå ut til andre grupper.

Men hva med de bydelene der de ikke har klart å opprettholde et «minimumssalg» i løpet av året, der to-tre kamerater sitter og ser mistrøstig på hverandre måned etter måned? Samle de kreftene som er, og prøv noen framstøt. Grunnen til at de plutselig er blitt så mange aktivister på St. Hanshaugen er at de har fått med seg folk underveis. Valgkampgruppa, kjøpere, andre i strøket. Nå er det starta mange studiesirkler i byen, flere sirkler og deltakere enn på flere år. Ta dem med på

stand og KK-salg. Valgkampen viste at en stand, med bilder, tekst og materiale, vekker oppsikt og interesse. Det går an å ta utgangspunkt i hovedoppslaget i dagens avis, eller lage «tema»-stand eller stand som er mer lokalprega. Vi ønsker å utvikle kvaliteten på den lokale propagandaen, ikke bare kvantiteten. Og vi etterlyser ideer og eksempler!

Arbeidsplassene

Vi må bare slå fast at gjennombruddet for salg av avisa på arbeidsplassene har vi ikke fått. Men dette er en strategisk målsetting som vi ikke kan slippe. Noen arbeidsplasser er gode eksempler som vi skal prøve å utnytte bedre.

På lørdagene skal kameratene fra arbeidsplassene prege sentrum i større grad

enn før. Under kampanjen i -83 blei det i gjennomsnitt solgt 234 aviser hver lørdag på Egertorget. Men salget varierte fra 426 til 78 — avhengig av *hvor mange* selgere som var der. Målet vårt for kampanjen i -84 er 400 aviser *hver uke*, og det tror vi det er mulig å klare med litt større innsats.

I tillegg til de som får oppgaver med å stille selgere på Egertorget, har vi tenkt på gi noen arbeidsplasser fullt ansvar for andre salgssteder i sentrum. Dette skal vi legge fram en detaljert plan for. De som har spesielle ønsker/planer/ideer, ber vi kontakte KK-utvalget snarest. Målet vårt er at det skal bli umulig å ferdes i Oslo på lørdagene uten å oppfatte at Klassekampen har kampanje!



Løssalget



"Kjøp en sjæl, davel."

Utviklinga av løssalget i Oslo.

Målsetting for 82 og 83 (utfra økonomisk balanse for avisa): 4050 aviser i mnd.

Dette målet er ikke nådd.

Løssalg i Oslo (inkl. Egertorget og Tronsmo)

1. halvår 80: 11 866 aviser (1978)

1. halvår 81: 23 601 aviser (3934)

1. halvår 82: 15 492 aviser (2582)

1. halvår 83: 20 179 aviser (3363)

Dette viser at vi har klart å snu nedgangen fra 82, men til tross for kampanje og bedre grep om arbeidet med avisa, ligger vi under 1981-salget.

Salg pr. mnd. 1. halvår 83: 3363 aviser. Tradisjonelt er 1. halvår bedre på løssalg enn 2. halvår, så enda vi ikke har tall for

høsten, ligger vi an til et dårligere årsresultat.

Det som *kan* gjøre bildet noe bedre, er den framgangen enkelte bydeler/distrikter har hatt i forbindelse med valgkampen og tida etter.

Det er en klar sammenheng mellom løssalg og abonnementsverving. Løssalget gjør avisa kjent for mange *nye* lesere. De fleste må ha lest avisa nå og da *før* de abonnerer.

Sjøl om KK-kampanjen våren 83 først og fremst var innretta på abonnementsverving, førte diskusjonene om propaganda og agitasjon og betydningen av dagsavisa til at mange prtimedlemmer gikk ut på gata med avisa for første gang på lang tid. Og dette har gitt resultater.

Budsystemet

Budsystemet må byggjast vidare ut for Oslo. Dette vert ei særeigen oppgåve for Oslo, innafor Vinterkampanja. Til no har budsystemet vorti nedbyggt trinn for trinn, og det kan ikkje seiast at denne fåretrugande utviklinga har stogga opp. Difor må det også vera eit av kampanjemåla for Oslo-partiet, at denne utviklinga stoggar opp, og at ein *konsoliderer* dei budrutene som fins i byen. Det objektive grunnlaget for å *byggja ut budruter* fins for fleire av bydelane, som i dag ikkje har budruter. Dei politiske og organisatoriske argumenta for å gjera denne oppgåva til ei av kampanjemåla for Vinterkampanjen er mange. Her er nokre av dei:

Budsystem er ein føresetnad for arbeidsplassal

Budruter syter for at du får avisa før du går på jobben, same dag. Dersom vi skal taka på alvor oppgåva å spreia avisa millom arbeidskameratane våre, kjem ein ikkje utanom budsystemet. At dette problemet, ikkje fører til eit massivt krav frå partikameratane om å oppretta budruter, tyder på at avisa ikkje i vidare mon vert spreidd millom arbeidskameratane. Dette skuldast eit økonomistisk høgreavvik, som enno ikkje er nedkjempa. Dersom ein ikkje meiner at Klassekampen ikkje er kommunistisk, so kjem ein ikkje utanom avisa som det viktigaste propaganda- og agitasjonsreiskapet vårt. For dei som meiner at dei kan leva med dette avviket, so er der jo enda eit godt argument: *Du sjølv* får avisa før du går på jobben, og kan stikka deg bort i ein stille krok i kantina, og kosa deg med dagens avis! (Pass på at ikkje nysgjerrige arbeidskameratar stel avisa frå deg!)

Der det fins budruter, er fornyingsarbeidet langt betre, enn der det ikkje fins budruter. Dette tyder på at den kvalitative oppfylgjinga under budsystemet er objektivt langt betre, enn der tingarane får avisa pr. post.

Ei utbyggt budrute kan danna grunnlag for danning av partiavd. Det har vori hevda at strevet med å halda oppe budruter, var eit hinder for partiarbeid. Dette kunne det vera grunnlag for å hevda berre der det objektivt (jævla spreidt) ikkje var grunnlag for å halda oppe budruter (mykje utflytting av både budaktivistar og tingarar i enkelte strok i indre by). Men framleis er oppretthalding av budruter/oppretting av budruter ein partibyggjande faktor. Valet står ikkje millom parti eller budruter! Men vi skal ikkje nekta for at der fins problem og at ein god del folk jobba som heltar med å halda oppe budruter, der dei fekk lita og ingen hjelp og soleis «sleit seg ut». Denne sida av historia til budsystemet, heng saman med ei anna side: At Klassekampen og budruter, var venstrehandsarbeid for partiet/partiavdelingane frå 1979, mange stader.

Dette gjev oss høve til å stutt repetera noko av historikken til budsystemet: I 1979 vart budsystema lagt ned utover heile landet. Det var berre på hengjande håret at ikkje budsystemet for Oslo vart lagt ned også. Klassekampen stod framfor sitt vanskelegaste år. Skulle dagsavisa leva vidare? Den kampen har vi vunni no, men historia fortel at Klassekampen som dagsavis og Klassekampen pr. budruter, er resultat av ein beinhard kamp og vil vera det so lengje det er trug for ei kommunistisk avis. Den gongen — i 1979 — vart nedlegging av budsystemet i Oslo hindra av at

budsjefen og framsynte rutesjefar greip inn. Denne kampen er enno ikkje endeleg vunnen! Soga om budsystemet i Oslo er mykje godt soga om *eldsjelene* sin innsats. Dei kan kjennast på sine «binders» og sin noko framlutte gonge — som om dei går mot stormen — noko som òg mykje godt er sanninga.

Det førre DS si årsmelding slo fast at der var grunnlag for å retta søkjeljoset «mot Oslo-partiets kollektive ansvar for å opprettholde og utvide budordninga».

Distriktsmøtet fatta fylgjande vedtak: «Til slutt vil Distriktsmøtet slå fast at budordninga i Oslo må opprettholdes. Til nå har dette så godt som utelukkende vært boligavdelingenes ansvar. Det finnes ingen grunn til at kamerater i arbeidsplasslag ikke skal ta del i budombæringa.»

Det fins difor politiske retningslinjer, som slær fast at Oslo-partiet ikkje lenger kan slå seg til ro med den negative utviklinga innafør budsystemet. Pr. i dag får mindre enn 1/3 dagsavisa med bud (27%). I enkelte bydelar får opp til 70% avisa med bud, medan andre bydelar, der det er grunnlag for budruter, har ein dekkjingsprosent på 0%. Framleis vil der vera bydelar, der det ikkje vil finnast grunnlag for å starta budruter (få tingarar, ingen partiavd. og ingen synlege aktivistar, som kan danna grunnlaget for ei budkjerne.)

Klassekampen-utvalet for Oslo, vil hevda at der i dag fins partiavdelingar, der den politiske forståinga for budsystemet si partibyggjande side, er lita. Der det er eit objektivt grunnlag for å vurdere opprettinga av budruter, vil Klassekampen-utvalet taka kontakt med partiavdelingar for å diskutera dette nærare. Andre stader vil det vera meir naturleg å taka kontakt med aktivi-

star/tingarar for å undersøka vidare grunnlag for å starta budruter. Vidare vil Klassekampen-utvalet understreka at fleire partikameratar, som er organisert i arbeidsplass-lag, må gå inn og styrkja eksisterande og framtidige budruter. Pr. i dag er budrutene boligavdelingane sitt ansvar — og slik vil det ogso vera i framtida, men der fins ikkje argument for at det berre er kameratar i boligavdelingane, som skal taka del i denne viktige sida av Oslo-partiet sitt arbeid!

Konsolidering og utviding av budsystemet vert alto ei «kampanje i kampanja» for Oslo sitt vedkomande, når det gjeld den snart tilstundande og årlege Vinterkampanja. For at dette verkeleg skal verta ei kampanje, vil Klassekampen-utvalet koma med nærare tilbod og hjelp, og vil be partiavd. og enkeltkameratar om å koma med idear. Er det grunnlag for budrute der du bur, eller der di avdeling har omlandet sitt? Meld frå, du skal få hjelp. Det viktigaste signalet vi har å senda ut no, er at vi vil draga fleire partiavdelingar inn i arbeidet med budsystemet i Oslo. Vidare vil vi oppfordra «leiande kameratar» i avdelingane/underdistrikta til å gå i brodden når det gjeld «å gå bud»! Framleis heng det att ein tokke av at «den framskredne kader» ikkje går bud (gamle RU har ei historie å fortelja!) Bli kjent i din bydel — gå bud! Å gå bud er som å pusse tennene — blir ein naturleg del av kvardagen din (eit par, tre gonger i månaden!) Underteikna har slutta å pusse tennene — eg går bud. Det er morro. Gamle damer i stroket fortel at dei får ikkje sova før Klassekampen-budet har smelt porten igjen (dei går ut og kontrollerer). Vi er den moderne by sine *vektarar*. Vi slepp gårdskatten ut og avisa inn.

For KK-utvalet
Vil  Fr  budbærer

Gi Klassekampen som julegave

Som tidligere år er det også i år laget julegavekort. Dette sendes ut til alle abonnentene ca. 1. desember. Julegaveabonnement koster 175 kr. for et kvartal hver dag, og 80 for et halvt år hver lørdag. Altså under vanlig tilbudspris. Tenk gjennom hvem du vil spandere en fin julegave på. Vil ikke et abonnement være bra?



Send JULEGAVEABONNEMENT til:

Navn: _____

Adr.: _____

Postnr.: _____

☐ DAGSAVIS 1 kv. fra 24/12 – 24/3 84. PRIS kr. 175,-

☐ LØRDAGSAVIS ½ år fra 24/12 – 24/6 84. PRIS kr. 80,-

Poststed: _____

Send regning til: _____

Fø opp giverens navn og adresse. Adr.: _____

Postnr.: _____

Klipp av kupongen og send til: KLASSEKAMPEN
DISTRIBUSJONEN
POSTBOKS 83 BRYN, OSLO 6.

Du får avise KLASSEKAMPEN i postkassa hver

GAVEKORT fra

fram til

essens