

Schrijver van beroep

De professionalisering van de literaire auteur in de negentiende eeuw

Lisa Kuitert In de negentiende eeuw wordt het literaire schrijverschap een beroep. Dankzij de regeling van het auteursrecht, verbreding van het lezerspubliek en commercialisering van de boekenmarkt transformeert de amateurschrijver van het begin van de eeuw in een marktgerichte beroepsschrijver aan het einde van die eeuw.

Met zijn uitspraak: Ongelukkiger dan in eenig land ter wereld is in Nederland de schrijver bedeed,' zou Taco de Beer, negentiende-eeuws letterkundige, ook vandaag de dag geen gek figuur slaan. In een beperkt taalgebied als het onze zijn de oplagen klein en daarmee ook de verdiensten. Dat is nu zo en dat was in 1879 ook al zo. Toch was er in dat jaar enig reden voor optimisme, vond De Beer. Hij woonde in 1878 het Internationaal Letterkundig Congres bij, in Londen, dat gewijd was aan kopijrechten en honorering van auteurs voor de vertalingen van hun werk. In het tijdschrift *Nederland* deed hij verslag van deze bijzondere bijeenkomst. Een mijlpaal was het, niet eens zozeer vanwege de discussie over het recht op een geldelijke vergoeding, maar omdat het congres vanwege dit thema eindelijk de vestiging en erkenning 'van den stand des schrijvers' betekende (De Beer 1879). De congresgangers stonden wat dit betreft op één lijn 'met de abolitionisten en

emancipatrices', meende De Beer.

Het schrijverschap was in ontwikkeling. Een zwart-wittypering kan de verschuiving duidelijk maken: aan het begin van de negentiende eeuw deed de 'modale' schrijver zich kennen als een gecultiveerde liefhebber – amateur in de eigenlijke betekenis van het woord – die zich in vrije uren literair vermaakte in 'gezellige' genootschappen. Aan het einde van de eeuw ziet het prototype eruit als een marktgerichte veelschrijver, die anno 1905 zelfs een eigen vakbond oprichtte, de Vereeniging van Letterkundigen (VVL). Voor die ontwikkeling zijn in elk geval twee grote (maar ongetwijfeld ook enkele kleinere) oorzaken aan te wijzen. Dat is ten eerste de regeling van het auteursrecht, en ten tweede de verdere ontplooiing van de handel in boeken, een ontwikkeling die je zou kunnen samenvatten met de term commercialisering.

Auteurswet

Tot 1803 bestond er geen wet op het 'kopijrecht'. In voorgaande eeuwen konden drukkers/ uitgevers soms via een kostbare procedure privileges aanvragen waarmee een uitgave voor een bepaalde periode in een bepaald gebied beschermd was (zie onder meer Hoftijzer 1993). De auteur werd klaarblijkelijk niet als belanghebbende beschouwd. Dat wil niet zeggen dat tot die tijd schrijvers niets met hun werk verdienden: de mogelijkheden liepen uiteen van mecenaat tot schrijven in opdracht. Maar juridisch gesproken kon de schrijver géén rechten doen gelden.

In de eerste wet die hier werd ingevoerd in 1803, kwam de auteur daarom nog niet voor: alleen de rechten van de uitgever waren daarin verankerd. In 1810 werden onder Frans bewind ook Franse wetten ingevoerd, waarbij sprake was van rechten voor de 'auteur'. In 1814 werd, na het vertrek van de Fransen, die wet meteen herzien. Daarbij baseerde men zich echter op de Franse bepalingen, waarbij het Franse woord 'auteur' met 'opsteller' werd vertaald, en daar werd niet noodzakelijkerwijs de schrijver mee bedoeld. Het kwam immers vaak genoeg voor dat de uitgever een boek 'opstelde', dat wil zeggen het plan ervoor bedacht en de uitgave coördineerde. In 1817 werd de wet grondig herzien, en kregen in eerste instantie de 'auteurs' alle rechten op de kopij mits een aantal formaliteiten in acht genomen waren. Een 'natuurlijk recht' was het dus nog niet. Men had nu het Franse woord overgenomen, en wel in de betekenis van 'schrijver'.¹

Deze nadrukkelijke bescherming van de rechtspositie van de auteur markeert, als je er na bijna twee eeuwen op terugziet, het begin van de opkomst van de Nederlandse beroepsschrijvers zoals we die nu nog kennen: schrijvers die alom gerespecteerd worden als artistieke talenten en die voor uitgave van een door hen geschreven tekst een redelijke

hoeveelheid geld ontvangen – al zal zeker niet eenieder ervan kunnen leven. De auteurswet van 1817 liet er geen twijfel over bestaan dat de auteur degene was die de vruchten van zijn arbeid moest kunnen plukken. Het schrijven kreeg daarmee een wettelijke bestaansgrond, zou je kunnen zeggen, en werd een 'eerzaam bestaan'. Het stond de schrijver vrij zijn recht op vermenigvuldiging over te dragen aan een uitgever, zoals ook meestal gebeurde, maar de uitgever moest daar in principe wel voor betalen (zie ook Van Kalmthout 2001).

De bescherming die auteurs op grond van de auteurswet kregen, strekte zich aanvankelijk uit tot twintig jaar na de dood van de auteur, en vanaf 1881, toen de wet drastisch gewijzigd werd, tot vijftig jaar na de eerste uitgave, en in elk geval levenslang. De auteur kon ook na de wetswijziging zijn rechten overdoen aan een uitgever, maar daarmee was hij alle gezag over zijn tekst kwijt.² Uitgevers waren er meestal op uit alle rechten in handen te krijgen. Zij waren dan immers vrij in het maken van herdrukken, het samenstellen van bloemlezingen of het recyclen van verhalen in tijdschriften, ook wanneer de auteur inmiddels overleden was. In tijden van acute geldnood konden de rechten desnoods aan een concurrerende uitgever worden doorverkocht. De schrijver zelf had daar niets meer over te zeggen. Als een schrijver met zijn manuscript tevens het volledige kopijrecht aan de uitgever overdroeg, vroeg hij er dan ook een groot bedrag voor. Bovendien lieten beroemde auteurs daarbij vastleggen dat zij wel vrij over hun werken konden beschikken als een concurrerende uitgever een voorstel deed voor een uitgave van zijn verzamelde werk.

In de negentiende eeuw werd het honorarium voor de schrijver meestal berekend per vel gedrukte kopij, en dan in de orde van grootte van f 20,- of f 30,- per vel. Een vel drukwerk voor een roman telde doorgaans zestien bladzijden, zodat de honorering neerkwam op f 1,25 à f 1,80

per gedrukte pagina. Met andere woorden, een schrijver kreeg, anders dan nu, betaald per hoeveelheid geschreven tekst, en dat zou weleens de verklaring kunnen zijn voor de ellenlange uitweidingen in negentiende-eeuwse romans! Werd het kopijrecht meeverkocht dan gebeurde dat ofwel tegen een hoger bedrag per vel, of tegen een rond bedrag ineens, variërend van f 400,- tot zelfs f 2000,-. Er bestond geen vast honoreringsprincipe op dit punt. Bij wetenschappelijke studies werd klaarblijkelijk de geïnvesteerde tijd meegewogen: auteurs van dit type werk kregen opvallend goed betaald. Bij literair werk lijkt de beroemdheid van de auteur het belangrijkste criterium. Royalty's bestonden niet, een schrijver profiteerde dus niet automatisch mee van het succes dat zijn boeken hadden. Wel was er soms een clause ingebouwd waarin de schrijver geld werd toegezegd bij een herdruk.³

Broodpoëten en beroepsschrijvers

Hoewel de wet de schrijver alle middelen in handen gaf om van zijn uitgever een redelijke som te eisen, gebeurde dat aanvankelijk zeker niet vaak. Een dichter als H. Tollens (tevens verffabrikant), geliefd en gelezen in met name de eerste helft van de negentiende eeuw, stelde zich tevreden met een paar bewijsexemplaren of een aardigheidje voor de kinderen, en hij was geen uitzondering (zie onder meer Van Waterschoot 1991). Auteurs vonden het dikwijls niet passen bij hun status om geld te vragen van een uitgever. Dat had alles te maken met de bedenkelijke reputatie van de broodschrijver, een onbetrouwbaar sujet als we Bilderdijk moeten geloven, die sprak over 't woest geblaf der broodpoëten' (Kuitert 1994). Wie iets verdiende met schrijven, wekte al snel de indruk het voor het geld te doen en in dat geval was men zo'n broodpoëet. Professionalisering van het vak betekende dus in zekere zin statusverlies. Hoger in de rangorde stond de

'volledige' dichter die alleen maar schreef, en geen andere betrekking vervulde. Zo'n 'ware dichter' schreef uit roeping, en om de kunst, zodat hij ook niet geacht werd zijn handen vuil te maken aan andere beslommeringen. Paradoxaal genoeg betekende dat wel dat de schrijver van de pen moest kunnen leven, zodat hij toch ook in feite een broodschrijver was.

In de negentiende eeuw was het verschijnsel broodschrijver onderwerp van discussie.⁴ De kwestie was in de tweede helft van de eeuw actueel omdat er inmiddels nogal wat schrijvers waren die leefden van het schrijven. Wie de levensgeschiedenissen van J.J. Cremer, Geertruida Bosboom-Toussaint, Multatuli en anderen bekijkt, zal opmerken dat zij bepaald geen genoegen namen met 'een aardigheidje voor de kinderen' (Maas 1986; Kuitert 1994). Dat zal zeker ook te maken hebben gehad met het feit dat met schrijven inmiddels meer te verdienen viel. Het werkveld werd breder als gevolg van algemeen maatschappelijke ontwikkelingen: meer mensen hadden meer redenen en ook meer mogelijkheden om zich te interesseren voor de pennenvruchten van de schrijvers. Men moet bedenken dat er in de negentiende eeuw een steeds groter wordende groep burgers bestond die zich onder meer door *hinauflesen* wilde onderscheiden van de lagere klassen. Lezen kreeg een meerwaarde: het hoorde bij een bepaald beschavingsniveau.

Daarbij raakte de Nederlandse bevolking in toenemende mate gealfabetiseerd. Rond 1850 schommelt het percentage gealfabetiseerden tussen de 67 en 72 procent, in 1870 was dit al gestegen tot 75 à 80 procent en tegen het einde van de eeuw beschikte 85 procent van de bevolking over een elementaire vorm van leesvaardigheid: het potentiële kooppublik werd daarmee groter. Boeken waren natuurlijk duur. De gemiddelde boekenprijs bedroeg rond 1850 f 1,-, wat neerkomt op het dagloon van een arbeider. Daarom schoten leesbibliotheekjes als

paddestoelen uit de grond. Het was op die manier ook voor minvermogenen mogelijk om aan lectuur te komen. Deze zogeheten leesrevolutie – hier in tegenstelling tot de ons omringende landen dus niet een achttiende- maar een negentiende-eeuws verschijnsel – eiste ook wat de productie betreft talrijke nieuwe voorzieningen, zoals vlot leesbare tijdschriften, dagbladen met feuilletons, almanakken met literaire bijdragen, en romans in afleveringen, die binnen de schrijverswereld voor een grote hoeveelheid extra werk en inkomsten zorgden (Brouwer 1995; Kuitert 1993). Korte tijd bestond er zelfs een tijdschrift onder de titel *Het manuscript*, dat als een soort schrijversvakschool avant la lettre aspirant-auteur en uitgever bij elkaar probeerde te brengen. Kortom, de boekenmarkt floreerde. De oplagen stegen, de productiekosten daalden (Van Lente 1996). Schrijvers stonden daarom sterk tegenover de uitgevers als het ging om honoraria. Naast de 'verachtelijke' broodschrijver kreeg zodoende de heel wat respectabelere beroepsschrijver een plaats in het letterkundige denken. Het onderscheid was, en is, ideologisch van aard: beiden leven immers van de pen, maar de broodschrijver schrijft pulp, en de beroepsschrijver levert werk van degelijke kwaliteit.

Commercialisering

Dat de beroepsauteur zijn intrede kon doen in de literaire wereld hing dus in ieder geval samen met de verbeterde rechtspositie van de schrijver, en daarnaast met het gunstige klimaat van een bloeiende leescultuur. Een factor die beide oorzaken bij elkaar brengt is de commercialisering van de boekenmarkt.

Commercialisering op zichzelf is een loze kreet die vraagt om een meer concrete invulling. Hoe is commercialisering te herkennen? Is ze meetbaar? Is er sprake van een herkenbaar begin? Een duidelijk effect? Een

manier om de commercialisering van de boekenmarkt in kaart te brengen is door te kijken naar de manier waarop uitgevers en boekverkopers onderling handeldreven, omdat dit inzicht geeft in het soort risico's dat beide partijen durfden te nemen. Hoe werd er besteld en hoe werd er afgerekend? Tussen 1700 en 1900 bestonden op dit punt grof gezegd twee systemen die van invloed zijn geweest op de literatuur, op de productie daarvan en dus ook op de schrijver. Dat is als eerste de commissiehandel, en in reactie daarop de opkomst van het op rekening kopen. De overgang van het ene systeem naar het andere is kenmerkend voor een tendens in de richting van modernisering, niet alleen van de boekhandel, maar ook van de literatuur en bijgevolg het schrijverschap.

In het kort gezegd houdt commissiehandel in dat uitgevers de boekwinkels bevoorraden zonder dat de boekverkoper daarvoor grote risico's hoeft te nemen. De boeken worden zonder verplichtingen in de winkel neergelegd, en pas bij verkoop van een exemplaar wordt er tussen uitgever en boekverkoper afgerekend. De boekverkoper houdt per exemplaar minder winst (bijvoorbeeld 20 procent in plaats van 40 procent) over dan bij de vooraf ingekochte exemplaren, maar daar staan voordelen tegenover. Het onverkochte goed kan de boekverkoper desgewenst na een jaar of wat terugbrengen bij de uitgever: de uitstalling in zijn winkel verplicht de boekverkoper tot niets.

Bij het op rekening kopen zijn de risico's verdeeld. De boekverkoper koopt de boeken in met een hoge korting (van 30 procent tot 40 procent of zelfs 45 procent), en moet dan maar zien de boeken aan de consument te slijten. Hij moet door dit systeem dus veel voorzichtiger zijn bij het aanvullen van zijn assortiment, maar per verkocht boek verdient hij wel dubbel zoveel als bij commissie-exemplaren.

Commissiehandel en de modernisering van de boekhandel

In de zeventiende en vroege achttiende eeuw stonden boekverkopers nog afwijzend tegenover de commissiehandel (Van Goinga 1999, 61-86). De normale gang van zaken was destijds de ruilhandel. Omdat een boekhandelaar zowel boekverkoper als uitgever/drukker was, had iedereen wel leveranties bij elkaar uitstaan, zodat de ene leverantie tegen de andere kon worden weggestreept. Gedurende de achttiende eeuw nam het animo voor de commissiehandel onder boekhandelaren in Nederland toe. Dit had te maken met de toename van commissiehandel in het algemeen, in allerlei handelstakken. Voor boekhandelaren werd de commissiehandel steeds interessanter omdat het systeem mogelijkheden bood om het publiek steeds snel het nieuwste van het nieuwste voor te schotelen. Op deze manier konden uitgevers immers hun nieuwste publicaties eenvoudigweg in één keer alom verzenden, zelfs naar de kleinste boekverkopers die anders niet snel voor eigen risico zouden hebben ingekocht, of geruild. En voor de boekverkopers was het prettig dat ze zonder al te veel investering toch een aardig assortiment konden opbouwen.

Aan het begin van de negentiende eeuw was de commissiehandel in Nederland de normale gang van zaken geworden. Een boekhandelaar merkte op dat 'thans (eenige uitgaven bij intekening daarvan uitgezonderd) bijna de gansche boekhandel op die wijze gedreven wordt' (Kuitert 1993, 90-92). Wie de advertenties bekijkt in het *Nieuwsblad voor den Boekhandel* uit de jaren 1820-1840 kan niet anders dan hem gelijk geven.

Het systeem van in commissie geven gaf de aanzet tot modernisering van de boekhandel, onder meer doordat de commissiehandel het voor een boekhandelaar gemakkelijk maakte zich in een bepaalde functie te specialiseren (Lehmstadt 1996 notabene). De alles-in-

eenboekhandelaar, die uitgaf én een winkel bezat (en vaak ook zelf drukte), maakte in de negentiende eeuw plaats voor twee nieuwe, van elkaar gescheiden beroepen: dat van uitgever en dat van boekverkoper. Het was nu immers mogelijk geworden een groot assortiment boeken op voorraad te houden zonder daarvan zelf de uitgever te hoeven zijn. En ook uitgevers waren niet langer afhankelijk van de verkoop in hun eigen winkels, zodat deze konden worden afgestoten.

Het commissiesysteem moet bevorderlijk zijn geweest voor de uitgave van (nog) onbekende auteurs en het alledaagse, goedkopere goed.⁵ Voor duurdere uitgaven zoals encyclopedieën was het systeem voor uitgevers te riskant. Uitgevers konden dankzij de commissiehandel vele hengeltjes uitwerpen, om met een zekere regelmaat een kleine vangst binnen te halen. Doordat de boekverkoper op zijn beurt nauwelijks risico's liep, was deze bereid van alles wat in de winkel op voorraad te houden. Het gaf de consument meer mogelijkheden tot rondsnuffelen in de winkel. Dat is literair-sociologisch interessant omdat doorgaans wordt aangenomen dat leesgedrag nauw samenhangt met kennis van en vertrouwdheid met het aanbod (Kloek en Mijnhardt 1993). Stellingen als deze zijn niet bewijsbaar, maar het kan niet anders of de commissiehandel leidde tot een open literair klimaat, waarbinnen nieuwe auteurs, nieuwe genres en nieuwe doelgroepen welkom waren.⁶ Voor de aspirant-schrijvers moet het open klimaat een uitnodiging zijn geweest om ook eens de pen op te pakken. Een tijdgenoot die werkte aan een nooit verschenen lexicon kon dan ook voor de periode 1760-1805 maar liefst vijftien Nederlandse geleerde publicisten aanwijzen; het aantal niet-geleerden noemde hij niet (Hochstenbach 1988, 41). Tegelijkertijd zal het voor die vijftien duizend scribenten duidelijk zijn

geweest dat door de kleine oplagen grote verdiensten waren uitgesloten. Aan het begin van de negentiende eeuw bedroeg de gemiddelde oplage nog geen 850 exemplaren (Kuitert 1993, 63). In het circuit van de letterkundige genootschappen speelde de factor geld waarschijnlijk ook geen rol, hier zetelden de ware liefhebbers.

Maar een open klimaat heeft een keerzijde, zoals in de loop van de negentiende eeuw naar voren kwam. Omdat alles maar werd uitgegeven, was er te weinig oog voor kwaliteit, zodat er geen uitschieters te verwachten waren. Dat had ook zo zijn consequenties voor de boekhandel.⁷ In het *Nieuwsblad voor den Boekhandel* konden de boekhandelaren de volgende analyse lezen: 'Het ontbreekt aan een goed koopmans-risico en daardoor ook aan koopmans-winsten. (...) Niet alleen moeten die schrijvers, welke goed schrijven en om den een of anderen reden veel gekocht en gelezen worden, het voor degenen goed maken die slecht schrijven en weinig gevraagd worden, doch wier werken toch gedrukt en uitgegeven worden, maar ook moeten de lezers, die boeken koopen, betalen voor hen, die niet koopen maar toch willen lezen' (Berg 1880).⁸

Commissiehandel had zo zoetjesaan geleid tot een gestage, bijna gegarandeerde verkoop van een groot aantal mainstream-uitgaven, zij het doorgaans wel in kleine oplagen. Het lijkt alsof uitgevers nauwelijks moeite deden om bestsellers te creëren; zij gaven bijvoorbeeld weinig aandacht aan reclame en andere wervende middelen. In de eerste helft van de negentiende eeuw volstonden zij over het algemeen met kleine advertenties waarin werd gemeld dat dit of dat boek was verschenen, en 'alom' in commissie verzonden was.⁹ De literaire oogst van de eerste helft van de negentiende eeuw laat inderdaad nauwelijks echte bestsellers zien.¹⁰ Romanuitgevers stemden hun oplagen af op de vraag vanuit de

leesbibliotheken en -gezelschappen, en bij twijfel werd er gewerkt met intekening. De grote namen – Potgieter, Geel, Da Costa – waren vooral groot in kleine kring, door onder meer hun tijdschriftenbijdragen. Zij dankten hun faam in elk geval niet aan uitgeverscommercie, zoals later bij J.J. Cremer, W.J. Hofdijk en Jacob van Lennep wel deels het geval was. Hun werk werd bijvoorbeeld eindeloos herdrukt, in steeds weer een nieuw soort uitgave (in afleveringen, luxe of goedkoop gebonden, met of zonder illustraties), tegen een nieuwe prijs, voor weer een nieuw publiek.

Op rekening kopen en een commerciële klimaat

Er zijn, zoals uit het navolgende blijkt, aanwijzingen dat in de loop van de negentiende eeuw het animo voor commissiezingingen, zowel bij uitgevers als bij boekverkopers, terugliep. Dit had in eerste instantie te maken met praktische onvolkomenheden, zoals de traagheid waarmee boekverkopers de openstaande rekeningen voldeden, en de slordige manier waarop de onverkochte exemplaren werden teruggestuurd (Kruseman 1886-1887, dl. 2, 445). In het *Nieuwsblad voor den Boekhandel* – vakblad van boekhandelaren – werden boekverkopers onophoudelijk gemaand wat voorzichtiger om te springen met commissiegoed. De schade aan commissie-exemplaren moet aanzienlijk zijn geweest.

Naast een terugval door dit soort praktische problemen, lijkt het commissiesysteem doordat het de handel in boeken moderniseerde bovendien zichzelf overbodig te hebben gemaakt. Binnen de gemoderniseerde boekhandel verloor het systeem zijn aantrekkingskracht. Want naarmate de uitgevers hun winkels begonnen af te stoten en zich uitsluitend nog bezighielden met het investeren in nieuw te verschijnen titels, ontstond onder hen de behoefte iets van de risico's af te wentelen op de wederverkoper met

Lisa Kuitert (neerlandicus)

werd in 2001 benoemd tot hoogleraar Boekwetenschap aan de Universiteit van Amsterdam.

zijn winkel. Het op rekening kopen kwam weer terug, want door de boekverkopers de boeken direct bij ontvangst te laten betalen, kreeg niet alleen de uitgever zijn investering meteen terugbetaald; ook voor de boekverkopers was dit aantrekkelijk omdat zoals gezegd de kortingen bij het op rekening kopen veel hoger lagen dan bij de commissie-exemplaren. Een boekhandel die uitsluitend draaide op verkoop van het assortiment had dergelijke kortingen nodig om *überhaupt* te kunnen bestaan. Ook de wederverkopers zagen dus wel iets in het kopen op rekening, een houding die versterkt werd doordat een voorselectie, gezien het inmiddels enorm gegroeide aanbod, hoe dan ook nodig was.

Die teruggang valt af te lezen aan het *Adresboek* (een soort Gouden Gids). In de loop van de negentiende eeuw nam het aantal boekhandelaren die GC (geen commissiegoed) achter hun naam lieten zetten toe. Er waren altijd al boekverkopers die bepaalde zendingen niet in commissie toegestuurd wilden krijgen. Verschillende katholieke boekhandelaren gaven bijvoorbeeld op geen protestantse werkjes in commissie te willen ontvangen, terwijl protestanten van rooms-katholieke uitgaven verschoond wensten te blijven. En er waren ook nogal wat boekverkopers met een rechtlijnige klantenkring, die aangaven geen romans te willen ontvangen, want romans waren voor velen per definitie lichtzinnig. In 1851 stonden in totaal 835 boekhandelaren in het *Adresboek* vermeld, van wie 221 zeiden geen commissiegoed te willen ontvangen, dat is 27 procent. In 1873 was dit percentage al toegenomen tot 32 procent en in 1900 wilde bijna de helft (44 procent) geen commissiegoed ontvangen (Kuitert 1993, 91-92).

De gewijzigde verhoudingen leidden tot ander uitgeversbeleid op het gebied van reclame en, om het modern te zeggen: auteurspromotie. Nu de boekverkoper ging delen in het risico was er

meer voor nodig om hem tot fikse bestellingen te verleiden: hem moest worden ingeprent dat het te bestellen boek een verkoopsucces zou gaan worden zodat de vooruitbetaalde exemplaren moeiteloos hun weg naar de kopers zouden vinden. Het aantal uitgevers was bovendien toegenomen: van 599 'boekhandelaren' in 1839 tot 1202 in 1880 (Furstner 1985, 79). Dat betekende dat ook op eigen terrein de concurrentie moest worden kaltgesteld. Uitgevers begonnen om die reden langzaamaan de markt te bespelen met behulp van reclame, nu ook in samenwerking met de boekhandel. Hun reclameactiviteiten beperkten zich niet langer tot de eenvoudige leuzen in de trant van 'zojuist verschenen', maar ontwikkelden zich tot heuse campagnes uiteenlopend van fraai geïllustreerde, paginagrote advertenties in de pers, tot geschenken die men kreeg 'bij aankoop van...', ja zelfs tot loterijen waarbij intekenaren op een boek kans maakten op prijzen als horloges, piano's en zelfs een complete villa aan de Rijn. Zelfs de betere uitgevershuizen bezondigden zich wel eens aan zo'n campagne, al werd er door de branche als geheel steen en been over geklaagd. Het zou het blazen van de boekhandelsstand bezoedelen (Kuitert 1993, 94,95).

Het op rekening kopen bracht een commerciële klimaat met zich mee, waarbinnen uitgevers en boekhandelaren harder liepen voor hun boeken. Niet voor alle boeken: het lijkt erop dat het op rekening kopen ook leidde tot concentratie op slechts enkele auteurs. De kostbare reclamecampagnes werden niet voor willekeurig welke schrijver georganiseerd, het zijn veelal dezelfde namen die in grootscheepse reclamecampagnes figureerden: Jacob van Lennep, W. van Zeggelen, W.J. Hofdijk, J.J. Cremer en bekende buitenlandse auteurs. Debutanten moesten het doorgaans zonder dit soort hulpmiddelen stellen. Reclamecampagnes voor bestsellerauteurs schermde met deze

beroemde namen, die garant stonden voor leesplezier. De grote namen werden uitgebracht in oplagen van 10.000 of zelfs 20.000 exemplaren, genoeg om de markt van onder tot boven met hun werk te doordeseemen (Van der Meulen 1891, 83).¹¹ Op deze wijze ontstond een groep auteurs die we tegenwoordig 'beroemd van radio en tv' zouden noemen.

Samenvattend: commissiehandel maakte het talrijke schrijvers mogelijk te publiceren, maar weinigen van hen raakten ook bekend, en al even weinig schrijvers verdienden er genoeg mee om van te leven. Het op rekening kopen leidde tot een klimaat van een klein aantal bestsellerauteurs die heel goed van het schrijven konden leven, en een iets groter aantal dat van de pen leefde, maar wel in soberheid.

Tot slot

De opkomst van de literaire auteur als nationale beroemdheid is niet uitsluitend het gevolg van het op rekening kopen en de daardoor toegenomen reclameactiviteiten: verschillende andere factoren, zoals de auteurswet, droegen hieraan bij. Oorzaak en gevolg zijn in dit verband moeilijk uit elkaar te houden. In de tweede helft van de negentiende eeuw groeit in Nederland bijvoorbeeld het aantal literaire tijdschriften, en naarmate de eeuw vorderde namen deze tijdschriften steeds meer nieuws op over het wel en wee van literaire auteurs. Dat wijst op een veronderstelde human interest bij het lezerspubliek. Ook wordt het gebruikelijk dat schrijvers door het land trekken om lezingen te geven, voor te dragen uit eigen werk, of zich eenvoudigweg te laten bewonderen (zie ook Van Kalmthout 2001). Dankzij de opkomst van verbeterde illustratietechnieken en fotografie raakte ook het uiterlijk van de schrijver bekend, en geliefd, bij het publiek. Reeds onderzocht is de cultus rondom Multatuli, bekend is ook dat het

publiek in groten getale kwam opdruven voor onder anderen J.J. Cremer en later Louis Couperus. Een chroniqueur maakte zelfs melding van dagjesmensen die het slot Amerongen bezochten om de kamer te zien waarin Jacob van Lennep zijn roman *De pleegzoon* had geschreven (Kuitert 1993, 84). Deze ontwikkeling hangt ook weer samen met de veronderstelde verbreding van het lezerspubliek. Meer mensen, ook uit de minder ontwikkelde en minder vermogende bevolkingsgroepen, begonnen romans te lezen én te kopen. Juist deze groepen zullen ontvankelijk zijn geweest voor de populariserende reclamecampagnes. Daarnaast speelden technische verworvenheden mee. De mogelijkheden van de stereotypie – het steeds dezelfde stereotypieplaten in hoge oplagen goedkoop herdrukken van een boek – maakten het voor uitgevers ook in dit opzicht interessant om te investeren in de beroemdheid van een auteur. Hiermee is overigens niet gezegd dat zoiets bewust gebeurde, als zou het hier om uitgestippeld uitgeversbeleid gaan (Van Lente 1996, 363, noot 61). Wel zal een calculerende uitgever hebben nagedacht over enerzijds het te nemen risico, en anderzijds de kosten, waaronder honoraria die aan de auteur moesten worden betaald, om daarna een en ander zo goed mogelijk op elkaar af te stemmen. Dit leidde tot een concentratie op slechts enkele goedverkopende auteurs en enkele werken, hetgeen gemakkelijk kan leiden tot een klimaat van bestsellers. Voor sommige schrijvers was (en is) dat een zegen, voor het merendeel betekende het: zoeken naar andere inkomsten. Dat was in de negentiende eeuw zo, en dat is het nu nog.¹²

Dit artikel is een bewerking van twee lezingen: een voor de Boekmanstichting te Amsterdam voor de workshop *Profession: Artist*, op 11 oktober 2000, getiteld: *Profession: Writer*, en een op 10 mei 2000 te Sherbrooke (Quebec/Canada), getiteld: *On Sales Methods and Literary History* voor een door de universiteiten van Sherbrooke en Versailles/Saint-Quentin-en-Yvelines (Frankrijk) georganiseerd boekhistorisch congres.

Literatuur

- Algemeen adresboek voor den Nederlandschen boekhandel en aanverwante vakken, benevens aanwijzing der in Nederland uitkomende dag- en weekbladen.* Van 1851-1855 samengesteld door G.L. Koopman, van 1855-1897 door C.L. Brinkman, vanaf 1882 onder de titel *Brinkman's adresboek voor den [...]* Amsterdam. Vanaf 1897 voortgezet als *Sijthoff's adresboek voor den Nederlandschen boekhandel [...]* Leiden.
- Beer, T. de (1879) 'Het Internationaal Letterkundig Congres te Londen'. In: *Nederland*, jrg. 31, dl. 3, 47-56T.
- Berg, J. (1880) 'Waarom koopen de menschen geen boeken?' *Nieuwsblad voor den Boekhandel*, nr. 60, 344-346.
- Brouwer, H. (1995) *Lezen en schrijven in de provincie: de boeken van Zwolse boekverkopers 1777-1849*. Leiden: Primavera. (Proefschrift.)
- Boley, L. (1993) *Schrijvers: hun uitgevers, hun inkomen, de kritiek en de boekenmarkt*. Amsterdam: Weekbladpers.
- Buijnsters, P.J. (1991) *Spectatoriale geschriften*. Utrecht: Hes.
- Dongelmans, B.P.M. (1986) 'Boekhandelsgeschiedenis en literatuurgeschiedenis: de gedichten van H. Tollens bij J. Immerzeel Jr. verschenen'. In: *Voortgang*, jrg. 7, 189-237.
- Engelsing, R. (1973) *Zur Sozialgeschichte deutscher Mittel- und Unterschichten*. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht.
- Furstner, H. (1985) *Geschichte des niederländischen Buchhandels*. Wiesbaden: Harassowitz.
- Goinga, H. van (1999) *Alom te bekomen: veranderingen in de boekdistributie in de Republiek 1720-1800*. Amsterdam: De Buitenkant. (Proefschrift.)
- Hochstenbach, F.J.H. en C.B.F. Singeling (1988) 'Heynemeyers onvoltooid: een onuitgegeven lexicon over de achttiende eeuw'. In: *Documentatieblad Werkgroep Achttiende Eeuw*, jrg. 20, nr. 1, 29-48.
- Hoftijzer, P.G. (1993) *De zeis in andermans koren: over nadruk in Nederland tijdens de Republiek*. Amsterdam. Vakgroep Boek- Bibliotheek- en Informatiewetenschap. (BBI-reeks; nr. 4.) (Oratie.)

- Kalmthout, T. van (2001) 'Naar een volwaardige broodwinning: de moeizame professionalisering van Nederlandse en Vlaamse literatoren 1875-1914'. In: *Boekmancahier*, jrg. 13, nr. 47, maart, ??-??.
- Kloek, J.J. en W.W. Mijnhardt (1993) 'Lezersrevolutie of literaire socialisatie?' In: J. Goedegebuure (red.) *Nieuwe wegen in taal- en literatuurwetenschap*. Tilburg: Tilburg University Press, 211-224.
- Kruijff, J. de (1999) *Liefhebbers en gewoontelezers: leescultuur in Den Haag in de achttiende eeuw*. Zutphen: Walburg Pers. (Proefschrift.)
- Kruseman, A.C. (1886-1887) *Bouwstoffen voor een geschiedenis van den Nederlandsche boekhandel gedurende de halve eeuw 1830-1880*; dl. 1. Amsterdam: P.N. van Kampen en zn., 100-110.
- Kuitert, L. (1993) *Het ene boek in vele delen: de uitgave van literaire series in Nederland 1850-1900*. Amsterdam: De Buitenkant. (Proefschrift.)
- Kuitert, L. (1994) 'In den beginne was de schrijver, maar dan? De beroepsauteur in boekhistorisch onderzoek'. In: *Jaarboek voor Nederlandse Boekgeschiedenis* jrg. 1, 89-106.
- Lehmstadt, M. (1996) 'Die Herausbildung des Kommissionsbuchhandels in Deutschland im 18. Jahrhundert'. In: F. Barbier, S. Juratic et D. Varry (éd.) *L'Europe et le livre: réseaux et pratiques du négoce de librairie XVIIe-XIXe siècles*. Paris: IMEC.
- Lente, D. van (1996) 'Drukpersen, papiermachines en lezerspubliek: de verhouding tussen technische en culturele ontwikkelingen in Nederland in de negentiende eeuw'. In: T. Bijvoet et al. (red.) *Bladeren in andermans hoofd: over lezers en leescultuur*. Nijmegen: SUN, 246-263.
- Maas, N. (1986) "'Wat ik doe, is geen kunst, helaas, 't zijn maar kunstjes!'" De voordrachtentournees van Multatuli 1878-1881'. In: W. van den Berg en P. van Zonneveld (red.) *Nederlandse literatuur in de negentiende eeuw: twaalf verkenningen*. Utrecht: Hes, 200-226.
- Meulen, R. van der (1891) *Een veertigjarige uitgeversloopbaan*. Amsterdam: P.N. van Kampen en zn.
- Waterschoot, J. van (1991) 'De Leeuwarder uitgever G.T.N. Suringar, de dichter Hendrik Tollens en de Gezamentlijken Dichtwerken'. In: *De Boekenwereld*, jrg. 7, nr. 5, 158-168.

Archieven

- Archief van de uitgever Erven Bohn, bewaard in de Universiteitsbibliotheek Leiden (Archief M.N.L. Dousakamer).
- Archief van de uitgever A.C. Kruseman, bewaard in de Universiteitsbibliotheek Amsterdam (Bibliotheek KVB).

Noten

- De tekst van de wetten is terug te vinden in Kruseman 1886-1887, dl. 1, 100-110.
- Het zogeheten 'persoonlijkheidsrecht', dat wil zeggen dat er zonder toestemming van de auteur niets in een tekst veranderd of geschrapt mag worden, kwam pas ter sprake bij de wetsherziening van 1912.
- Voor deze conclusies baseer ik mij op de archieven van de uitgevers Erven Bohn en A.C. Kruseman.
- Dat was het ook aan het eind van de achttiende eeuw, onder meer in de spectatoriale tijdschriften (Buijnsters 1991).
- Uit Van Goinga's onderzoek blijkt dat vooral recente uitgaven in veelgevraagde genres, boeken-in-afleveringen en periodieke uitgaven het meest in commissie werden gegeven.
- Het zijn precies deze elementen – nieuwe genres, nieuwe doelgroepen, nieuwe auteurs, nieuwe verkoopkanalen – die Engelsing (1973) noemt als de bouwstenen voor de achttiende-eeuwse lezersrevolutie in Duitsland. Hoewel de Nederlandse lezersrevolutie zich pas later voltrekt, zijn ook hier rond 1800 al wel dit soort 'bouwstenen' aanwijsbaar: er waren leesbibliotheken en leesgezelschappen opgezet, en diversificatie en groei van de titelproductie zijn onmiskenbaar (Brouwer 1995; De Kruijff 1999). De commissiehandel en het daaruit ontstane open klimaat kan aan dit rijtje worden toegevoegd.
- Overigens moet men zich realiseren dat in de negentiende-eeuwse detailhandel het vooral zaak was om quitte te draaien. Winstmaken was niet zo vanzelfsprekend als tegenwoordig.
- De analyse van Berg (1880) is vertaald uit het Duits. Het stuk heeft de Duitse commissiehandel tot onderwerp, maar werd niet voor niets vertaald en in het Nederlandse vakblad geplaatst over maar liefst 3 pagina's.
- Van Goinga (1999) maakt in *Alom te bekomen* wel melding van advertenties met meer wervende reclameslogans eind achttiende eeuw, maar dat waren opvallende uitzonderingen.
- Zelfs het werk van 'volksschrijver' H. Tollens (mateloos populair, onder meer om zijn almanakkenpoëzie over diverse huiselijke onderwerpen) kende geen hoge oplagen. Een oplage van 300 exemplaren was in zijn geval geen uitzondering, en zijn boeken werden door uitgever Immerzeel Jr. in commissie gezonden. De uitgever nam dus geen grote risico's, zelfs niet met zo'n geliefd auteur. Zie voor deze casus Dongelmans (1986).
- Voorbeelden van auteurs wier werk in dergelijke oplagen werd uitgebracht, vindt men in Het boek van Van der Meulen, over uitgever A.W. Sijthoff.
- Uit een in 1993 gehouden onderzoek onder 221 Nederlandse schrijvers bleek dat ook tegenwoordig slechts 29 procent van de pen kan leven (Boley 1993).

Bibliografische gegevens

Kuitert, L. (2001) 'Schrijver van beroep: de professionalisering van de literaire auteur in de negentiende eeuw'. In: *Boekmancahier*, jrg. 13, nr. 47, 23-21.