

‘Het fysieke product is bij kinderboeken nog echt belangrijk’

In gesprek met Martine Schaap en Aad Meinderts

Martine Schaap, uitgever bij Ploegsma, en Aad Meinderts, directeur van het Letterkundig Museum/Kinderboekenmuseum, draaien al decennialang mee in de wereld van het kinderboek. Ze hebben het leesgedrag zien veranderen. Het traditionele lezen staat onder druk en beiden anticiperen daar op hun eigen manier op.

De markt van boeken voor volwassenen is anders dan die van kinderboeken. Ouders, veelal de kopers, schaffen vaak de boeken aan die ze kennen uit hun eigen jeugd en de juf leest graag voor uit een boek dat al wat langer bestaat, zoals versjes van Annie M.G. Schmidt. In de volwassenenmarkt moet een boek bovendien binnen drie maanden iets ‘doen’, anders kun je het afschrijven. In de kinderboekenmarkt kunnen uitgevers geduldiger zijn. Eerst wat reuring eromheen kan de verkoop langzaam op gang brengen.

Maar ook de kinderboekenmarkt is niet meer wat hij geweest is, is de ervaring van kinderboekenuitgever Martine Schaap. Ze zit bijna veertig jaar in het vak en kan zich de tijd herinneren dat van een auteur als Carry Slee per jaar ruim 700.000 boeken over de toonbank gingen. Dat gebeurt haast niet meer, zelfs niet

bij de coryfeeën. ‘De gemiddelde startoplages zijn veel kleiner geworden. Niet meer een minimale oplage van 5000 exemplaren, maar soms slechts 1500. Gelukkig zijn er nog steeds voorbeelden van eerste drukken rond de 20.000.’ Ook de rol van kinderboekenschrijvers op de markt lijkt veranderd, vertelt ze: ‘Auteurs zijn veel actiever geworden, zowel op het gebied van promotie als in hun bemoeienis met de rest van het proces.’

Uitgevers groeien naar elkaar toe

Aad Meinderts werkt als directeur van het Letterkundig Museum en het Kinderboekenmuseum in Den Haag met schrijvers van boeken voor volwassenen én met kinderboekenauteurs: ‘Kinderboekenauteurs worden steeds meer een merk. Kijk naar Paul van Loon en hoe zijn *Dolfje Weerwolfje* een serie is geworden. Uitgevers zetten daar ook sterk op in, het is een manier om continuïteit te creëren. Soms is de auteur bekend, en soms het *character*, zoals bij Mees Kees. Mij bekruipt het gevoel dat alle uitgevers meer op elkaar zijn gaan lijken. Vroeger haalde ik een boek van Querido er blind uit, nu niet meer. Het is een logisch gevolg van de hevige concurrentie, maar ook een verarming. Gelukkig zie je dat er eigenzinnige, jonge auteurs opstaan als Gideon Samson en Simon van der Geest, die van uitgevers de gelegenheid krijgen een andere weg in te slaan.’

Schaap: ‘Ik denk niet zozeer dat uitgevers elkaar nadoen. Wel dat ze steeds beter weten wat er wel werkt en wat niet. Zodat ze beter kunnen voorspellen wat ouders en kinderen oppakken.’ Meinderts: ‘En dat leidt ertoe dat uitgevers naar elkaar toe groeien. Dat er geen eigenwijze boeken meer verschijnen, waarbij mensen in eerste instantie zeggen: maar dat is toch niet voor kinderen bedoeld? Zoals ooit bij Joke van Leeuwen en Toon Tellegen. Ik pleit voor diversiteit.’

Het unieke van een kinderboek

Wat is het eigene van de kinderboekenmarkt? Martine Schaap: ‘Het lastige van de kinderboekenmarkt zijn de verschillende doelgroepen: de ouders, de leerkrachten en natuurlijk de kinderen zelf. Kinderen zijn nieuwe boekconsumenten. Dat betekent dat je meer uit de kast moet halen om iedereen te bereiken. Extra bruggetjes, feestelijke activiteiten en boeken die

er anders uitzien. Je hebt leesboeken en prentenboeken. Voor de kleinsten geven we boeken uit met geluidjes, knispers, lintjes, noem maar op. Het uiterlijk van een kinderboek is belangrijk. Wanneer volwassenen hun boekenkasten opruimen, doen ze de kinderboeken niet weg. En het is steeds belangrijker wat er rondom een boek gebeurt: van schrijversoptredens tot verfilming. Mirjam Oldenhove trekt met haar Mees Kees-theatervoorstelling het land door, eind dit jaar komt de vierde film en in 2017 de tv-serie. Dat zijn natuurlijk fijne dingen.’

Aad Meinderts: ‘Mijn ervaring is dat kinderboeken niet of nauwelijks worden gerecenseerd en er ook op tv geen aandacht is. Activiteiten leiden tot aandacht. Vanuit marketingperspectief kun je meer met kinderen dan met volwassenen. Zo zijn er de Schmidtweek, de Dolfje Weerwolfjedag, de Kikkerdagen et cetera. In het Kinderboekenmuseum proberen wij kinderen zelf verhalen te laten maken, geïnspireerd door wat ze lezen. Bij de tentoonstelling *Papiria* ga je met een zogenaamde Slurper, een RFID-reader, aan de slag en creëer je een eigen *character* en je eigen verhaal. Een klassiek medium als een boek blijft daardoor hot. Het begint bij een boek, bij een verhaal dat iemand in zijn hoofd heeft en opschrijft. Van daaruit worden films gemaakt en andere producten toegevoegd.’

Geluk hebben

Hoe breng je tegenwoordig een kinderboek op de markt? Martine Schaap: ‘Je hebt natuurlijk de gewone instrumenten: zorgen dat je op de juiste plekken bent, aandacht geeft aan auteurs en aan de vormgeving van het boek. Je kijkt naar wat er bij kinderen en ouders speelt, bij leerkrachten, bij kinderboekinkopers en bij de boekwinkels. Marketing en publiciteit moeten goed geregeld zijn.’ Of het succes heeft, hangt van veel factoren af: ‘Vervolgens moet je ook gewoon geluk hebben. Mijn nichtje zat eind jaren tachtig op zwemles en ik dacht toen dat het misschien leuk was als Jacques Vriens daarover ook een boekje in zijn reeks met Dagmar Stam kon schrijven. Ik belde hem en hij viel bijna van zijn stoel van het lachen. Hij was een enthousiaste meester die prachtig geschiedenisverhalen kon vertellen, maar het schoolzwemmen met zijn klas was niet zijn favoriete bezigheid. Toen vroeg ik het Carry Slee, destijds nog nauwelijks bekend. Zij vond het →

een goed idee, bezocht het plaatselijke zwembad, sprak met kinderen en ouders en had het boekje in twee weken geschreven. Erica Terpstra nam het eerste exemplaar van *Morgen mag ik in het diepe* in ontvangst in het plaatselijke zwembad. Het Jeugdjournaal zou komen maar kwam niet. Toen kwam het bericht dat het stapeltje bij de plaatselijke Bruna binnen een uur weg was. De volgende stapeltjes waren ook in een mum van tijd verdwenen. De afdeling verkoop kreeg een telefoontje van het hoofdkantoor van de Bruna, wat er aan de hand was. De rest is geschiedenis. Er zijn er inmiddels zo'n kleine miljoen van verkocht. Soms begint het met een nichtje op zwemles, soms met het geluk een prachtig manuscript binnen te krijgen, en soms gewoon doordat een boek op het goede moment komt.'

Internationaal

Over hoe de Nederlandse kinderboekenliteratuur het internationaal doet, zijn beiden enthousiast. Meinderts: 'Onze literatuur staat internationaal op een hoog niveau, datzelfde geldt voor de illustratoren. Onze boeken zien er fantastisch uit. We hebben internationaal heel grote namen, zoals Dick Bruna en Max Velthuis. Iets om trots op te zijn.' Schaap valt bij: 'Klopt, is het niet fantastisch dat Tonke Dragt in Engeland wordt uitgegeven! In het land van het fantasievolle ridderverhaal! Wij passen echt in het rijtje van Scandinavische landen en Engeland. Het vak is in Nederland enorm gegroeid. Ik kan mij herinneren dat er in de jaren zeventig misschien zes Nederlandse kinderboekenschrijvers van de pen leefden. In heel het land waren er zo'n dertig kinderboekenschrijvers bekend en actief. Inmiddels zijn er 200 kinder- en jeugdboekenschrijvers lid van de Vereniging van Letterkundigen. Of ze allemaal van de pen kunnen leven weet ik niet, maar door het schrijven te combineren met optredens via SSS (Schrijvers, School, Samen-

leving) op scholen en in bibliotheken komen ze een heel eind.' Meinderts: 'Helaas is het wel zo dat die optredens door bezuinigingen en minder bibliotheekbezoek onder druk zijn komen te staan.'

De rol van de overheid

Hoe zien de museumdirecteur en de uitgever de rol van de overheid? Meinderts: 'De uitgever brengt voor eigen rekening en risico het boek – kunstproduct – op de markt. Er gaat heel weinig subsidie in om – een beetje via het Fonds voor de Letteren. Het boek betaalt zichzelf. Bij opera, toneel, orkesten is de situatie totaal anders. Reken het bedrag per lezer maar uit en zet dat af tegen een schouwburgbezoeker.' Schaap is het daarmee eens: 'Er zijn wel potjes bij de Mondriaan Stichting en het Letterenfonds, maar de subsidie-mogelijkheden voor het boek zijn incidenteel. Wij moeten onze eigen broek ophouden. Van de tien boeken is er eentje een succes, vijf scoren redelijk en bij vier moet er geld bij. En dan ben ik optimistisch. Door de Wet van de vaste boekenprijs (Wvbp) is er wel sprake van een vorm van interne subsidiëring. Die garandeert een zekere rust en zorgt ervoor dat we in de breedte blijven uitgeven. Dat is de enige vorm van overheids-inmenging.' Maar het kan volgens haar beter: 'Bij het ministerie van OCW heb je de onderwijstak en de cultuurtak. Wij zouden graag willen dat de muren daartussen geslecht worden. Cultuur en onderwijs liggen in elkaars verlengde bij kinderboeken. Het is leesbevordering en cultuur. Voor cultuur is er maar een klein potje, het zou mooi zijn als de aandacht gebundeld zou worden. Nu belandt dat geld een beetje tussen wal en schip.' Dat vindt Meinderts ook: 'Het idee

'Bij het ministerie van OCW heb je de onderwijstak en de cultuurtak. Wij zouden graag willen dat de muren daartussen geslecht worden'





van een doorgaande leeslijn is zowel vanuit leesbevorderings- als onderwijskundig perspectief van belang. Leesvaardigheid, dat wil zeggen onderwijs, en leesbevordering, dus cultuur, zijn tweelingbroertjes. Lees je beter dan vind je lezen leuker. Andersom is het ook zo: vind je lezen leuk dan doe je dat veel en neemt je vaardigheid toe. Inhoudelijk en budgettair zou verstrengeling van die twee werelden veel goeds kunnen brengen.’ Schaap: ‘Dat doen Scandinavische landen en Engeland beter. Daar is geld geoormerkt voor wat er per kind aan boeken besteed moet worden, waardoor elke school een goede bibliotheek heeft. Bij ons hangt het af van de inzet van docenten of ouders.’

Toekomst

Hoe ziet volgens de twee het kinderboekenvak eruit in de toekomst? Schaap: ‘Dat zal nog meer *character*- en marketinggedreven zijn. Het is hard werken om de boeken aan het kind te brengen, want dat moet altijd via een omweg, via ouders, opa’s en oma’s, leerkrachten en bibliothecarissen. We schaken op veel borden.’ Meinderts: ‘Het kinderboek kan elke hulp gebruiken. Gelukkig hebben we de CPNB, die ervoor is om de boekverkoop te bevorderen. Die doet veel aanvullende

activiteiten, maar die vertalen zich niet altijd naar extra verkoop.’ Schaap: ‘Klopt. De CPNB vertegenwoordigt uitgeverijen, boekhandels en bibliotheken. Dat is sowieso al uniek, ook internationaal. En ze zetten zich niet alleen in voor de literatuur, maar ook voor het spannende boek, kinderboeken en poëzie (zie het artikel over collectiviteit in deze *Boekman*, redactie). Iedereen in het vak gelooft in de kracht van een breed aanbod. En de lezende kinderen van nu zijn de lezers van de toekomst.’ Ten slotte ziet de museumdirecteur nog een positieve ontwikkeling in het kinderboekenvak. ‘Er is een steeds grotere groep volwassenen die de kinder- en jeugdliteratuur volgt en leest. Dat heeft met de emancipatie van de kinderliteratuur te maken. Een boek van bijvoorbeeld Guus Kuijer of Bette Westera biedt net zo veel esthetisch genoeg als een boek voor volwassenen.’ Schaap denkt even na over waarom dat zo zou kunnen zijn: ‘Misschien komt het ook doordat die boeken vaak een goed verhaal hebben en er minder verhalende schrijvers – met uitzondering van de misdaadboeken – zijn in de volwassenenliteratuur.’ •