

D

EMOCRATISERING OF ONDERGANG VAN HET BOEKENVAK?

OVER HET FENOMEEN VAN SELF-PUBLISHING

Waarom laat Singel Uitgevers zich in godsnaam in met *self-publishing*? Onder dit dochterbedrijf van WPG Uitgevers vallen uitsluitend uitgevers van onverdachte literaire reputatie: Querido, Nijgh & Van Ditmar, Athenaeum-Polak & Van Gennep, Leopold en Ploegsma. Het heeft auteurs in het fonds als Thomas Rosenboom, Arnon Grunberg en Bart Moeyaert. Het bedrijf won zeven keer de Libris Literatuur Prijs, vijf keer de VSB Poëzieprijs en zestien keer de Woutertje Pieterse Prijs. En dan start Singel Uitgevers samen met internetboekhandel Bol.com en Mijnbestseller.nl, de bouwer van het publicatieplatform, plots met Brave New Books. Waarom?

Via dit platform kan iedere schrijver zijn of haar boek te koop aanbieden zonder tussenkomst van een uitgeverij. Zomaar een greep uit het snel groeiende aanbod: Wouter Joosten, die in *50 gasten* leert omgaan met alle mogelijke klanten; George Pogany, die zijn herinneringen aan zijn Hongaarse jeugd onder achtereenvolgens de nazi's en de communisten op schrift stelde in *Toen zelfs de dichters zwegen*; Ellen Abercrombie, die een reisgids voor de oostkust van Australië samenstelde; of Ben Solleveld, die het kinderboek met de onsmakelijke titel *Baffie en Puk* schreef.

Al deze auteurs hoeven weinig meer te doen dan hun boek op Bravenewbooks.nl te uploaden. Vervolgens ontwerpen ze een omslag op basis van beschikbare sjablonen of kiezen ze een eigen kaft. Ze bepalen een verkoopprijs. En dan is het, indien gewenst, een paar dagen later te koop op een speciale winkel binnen Bol.com. Als papieren boek of als e-boek. Voor het geval de schrijvers professionele hulp willen, biedt Singel Uitgevers hen tal van diensten aan: van een leesrapport van een bekende auteur uit hun fonds (350 tot 550 euro) tot het laten maken van een omslag (600 euro).

MAARTEN DESSING

werd in 1974 geboren in Naaldwijk. Studeerde journalistiek aan de School voor Journalistiek. Was redacteur van *Boekblad*, schrijft sinds 2003 als freelancejournalist over boeken en het boekenvak voor onder meer *Knack*, *BOEK*, *Schrijven magazine*, *Boekblad*, *Bibliotheekblad*, *Taalunie:bericht* en *Ons Erfdeel*. Was van 2009 tot 2012 jurylid van de AKO Literatuurprijs.
Adres: www.maartendessing.nl.

Publiceren via Brave New Books kost niets. Pas wanneer iemand het papieren of digitale boek koopt, incasseren de betrokken partijen een kleine marge. Hoe groot die is, hangt af van de schrijver. Nadat hij de verkoopprijs heeft vastgesteld, wordt na aftrek van de productie- en distributiekosten de winst per exemplaar fiftyfifty verdeeld tussen de auteurs en Brave New Books. Wel hanteert de laatste een minimum- en maximummarge. Alleen wanneer de schrijver via Bol.com wil verkopen, moet hij een ISBN-nummer kopen (12,75 euro). Wil hij ook via andere kanalen verkopen, dan moet hij een deel van zijn marge aan de boekverkoper afdragen.

ONTROEREND NOCH ONDERHOUDEND

Joost Nijsen, eigenaar van de kleine zelfstandige uitgeverij Podium, vond de rol van Singel Uitgevers in dit nieuwe bedrijf onbegrijpelijk. “[Ik] kan met geen mogelijkheid gepassioneerd raken bij de gedachte een bemiddelde rol te spelen in het verspreiden van boeken die ik niet goed genoeg vind om ‘gewoon’ uit te geven”, schreef hij op zijn blog. “Waarom zou je als uitgevers in hemelsnaam betrokken willen zijn bij de exploitatie van teksten die ontroerend noch onderhoudend zijn, fascinerend noch informatief? Of, erger nog, die je eigenlijk stuitend slecht dan wel oninteressant vindt en normaal gesproken met een standaardbriefje zou retourneren?”

Ook anderen uitten kritiek. Toen R.S. Rain een persbericht vol kromme zinnen en spelfouten deed uitgaan om zijn via Brave New Books gepubliceerde roman *Onvergetelijke liefde* onder de aandacht te brengen, noteerde de schrijver Rob van Essen: “Auteurs die zo te zien geen beroep doen op de aangeboden redactiemogelijkheden

laten ze dus gewoon zwemmen, en vervolgens verdrinken – en blijkbaar vinden de uitgeverijen die opereren onder de paraplu van Singel Uitgevers het een goed idee om hun naam en reputatie hieraan te verbinden. Steken ze nu gewoon een middelvinger op naar de literatuur waar ze zelf hun brood mee verdienen of begrijp ik iets niet?”

Toch is de beweegreden van Singel-directeur Paulien Loerts simpel. Met Brave New Books wil ze verdienen aan een interessante markt. Zoals ze bij de lancering in juni 2013 vertelde, gaat ze uit van een miljoen schrijvers in Nederland. Op basis daarvan moet Brave New Books binnen de drie jaar 25.000 titels hebben gepubliceerd. Stel dat iedere titel gemiddeld dertig keer wordt verkocht – een schatting gebaseerd op de huidige verkoopaantallen – en de uitgeverij 75 cent aan iedere verkoop verdient, dan levert het een omzet op van dik een half miljoen euro. Nog los van de inkomsten uit diensten. Dat is een aardige nieuwe inkomstenbron in een dalende boekenmarkt.

Het grote voorbeeld is Amerika. Daar is de markt voor self-publishing in het afgelopen decennium gigantisch gegroeid. Volgens het marktonderzoeksbureau Bowker steeg het aantal in eigen beheer uitgegeven titels tussen 2006 en 2011 met 287 procent, tot 235.625 titels in het laatste jaar. In 2012 groeide het nog eens met 59 procent tot meer dan 391.000 titels. En dat zijn dan alleen nog titels met een ISBN-nummer. De jaarlijkse omzet die hiermee is gemoeid, ligt inmiddels boven een miljard dollar. Hoewel 60 procent van de *self-published* boeken papieren uitgaven zijn, is eigen beheer vooral sterk in de digitale markt. Circa een kwart van de e-boekverkopen is self-published.

Nu is de potentiële markt in Nederland niet zo groot als Loerts denkt. Er zijn wel een miljoen schrijvers, zo bleek uit een onderzoek in 2007, maar dat is inclusief iedereen die eens per jaar een sinterklaasgedicht schrijft. Er zijn “slechts” 60.000 mensen die van schrijven hun beroep maken. Een recent onderzoek van Pumbo, dat een vergelijkbaar publicatieplatform als Brave New Books exploiteert, schatte het aantal schrijvers met het verlangen te publiceren op 71.000. Zij hadden hun klantenbestand (gezamenlijk goed voor circa 8.000 titels) geëxtrapoleerd naar heel Nederland. Verhoudingsgewijs zou Vlaanderen dan zo’n 25.000 schrijvers tellen.

Wel is de markt groeiend. Dat blijkt alleen al uit de groeicijfers van Brave New Books. Na negen maanden stond de teller voor het totale aantal publicaties op 833 paperbacks en 400 e-boeken. Gecorrigeerd voor dubblures kun je uitgaan van maximaal 1.000 verschillende titels. Daarnaast zit nog veel in de pijplijn. Sinds de start zijn bijna 7.000 accounts aangemaakt. Tegelijk blijven de bekendste namen op deze markt ook groeien – Free Musketeers (opgericht in 2003), Boekscout (2002), Mijnbestseller.nl (2010) en Pumbo (2008) voorop. Mijnbestseller.nl scoort elk jaar “een *triple digit* groei”.

Een verklaring hiervoor is het nog altijd groeiende besef bij het grote publiek dat je gratis je eigen boek in eigen beheer kunt uitbrengen. En dat de mogelijkheden voor wereldwijde verkoop en promotie eindeloos groot zijn. De tijd dat een schrijver een

oplage moest drukken die hij eigenhandig aan boekhandels moest slijten en hij voor zijn promotie afhankelijk was van de media, is feitelijk nog maar kort geleden afgesloten. En omdat een schrijver zijn teksten zo makkelijk kan verspreiden, “werkt dat als een trigger om te gaan schrijven”, denkt directeur Klaas van Eijkern van Free Musketeers. “Schrijven geeft plezier. Maar het geeft nog meer plezier als je er iets mee kunt doen.”

Criticasters als Nijsen en Van Essen maken eigenlijk de denkfout dat Singel Uitgevers en Brave New Books iets met elkaar te maken hebben. Het zijn eerder twee afzonderlijke, zelfstandig opererende activiteiten van een werkmaatschappij – zoals een bedrijf als PwC tegelijk aan accounting en consultancy doet. Beide bedienen een aparte markt: Singel Uitgevers is er voor de lezers die op zoek zijn naar de mooiste en beste boeken – of zoals Nijsen het formuleert: teksten die ontroerend en onderhoudend zijn, fascinerend en informatief. Brave New Books richt zich op schrijvers die – om wat voor reden ook – hun boek zelf willen uitgeven. Kijk maar naar hun websites.

Precies hetzelfde gebeurt in de Amerikaanse uitgeefwereld. Het bedrijf Pearson, waartoe de grote uitgever Penguin Random House behoort, kocht medio 2012 Author Solutions – niet om deze leverancier van self-publishingdiensten te integreren met bestaande uitgeverijen binnen het concern, maar om de bedrijfsomzet en winst te verhogen. Het beste bewijs voor de operationele zelfstandigheid van Author Solutions is dat het blijft samenwerken met concurrenten van Penguin, zoals de christelijke uitgeverij Thomas Nelson en de spirituele uitgeverij Hay House. Een paar maanden na de overname zette een andere grote uitgever, Simon & Schuster, met hulp van Author Solutions zijn eigen self-publishingdivisie Archway Publishing op.

Brave New Books krijgt uiteraard wel managementaandacht, maar de redacteurs, uitgevers, productiemedewerkers, vormgevers en promotiemedewerkers van Singel Uitgevers bemoeien zich er niet mee. Er is iemand in dienst die vragen van klanten beantwoordt over uploadproblemen, diensten, ISBN-nummers en wat dan ook. En de verkochte diensten worden uitgevoerd door de freelancers uit het eigen netwerk. Ook dat gaat niet ten koste van de werkzaamheden voor Singel Uitgevers. De pool aan freelancende redacteurs, correctoren en vormgevers is zo groot dat die het werk voor Brave New Books makkelijk erbij kunnen doen.

Na de kritiek van Van Essen op het persbericht van R.S. Rain zijn beide bedrijfs-onderdelen verder uit elkaar getrokken. Amateurschrijvers konden tegen betaling het adressenbestand van Singel Uitgevers gebruiken voor het versturen van een persbericht. Daarvoor konden zij zelf een persbericht aanleveren of er een laten maken. Doordat R.S. Rain dat eerste deed, leek het alsof zijn tenenkrommende tekst afkomstig was van de gerenommeerde uitgeverij. Dat wil de uitgeverij niet meer. Het zal ook niet snel gebeuren dat een auteur van Brave New Books zijn boek zal lanceren ten burele van Singel Uitgevers, zoals Loerts bij de lancering nog aankondigde.

De enige relatie tussen beide bedrijven is de mogelijkheid dat redacteurs van Querido of Nijgh & van Ditmar een groot talent tussen de aanmeldingen voor Brave New Books vinden – een andere reden waarom Loerts zei ermee te beginnen. “Tot nu toe heeft het nog niets opgeleverd”, erkent Emile Op de Coul, manager special sales van Singel Uitgevers. De uitgevers en redacteurs kunnen via de achterkant alle geüploade manuscripten inzien en lezen, maar in hoeverre dat gebeurt, kan Op de Coul niet zeggen. “Dat is hun eigen verantwoordelijkheid.” Andersom kunnen redacteurs de auteurs die zij afwijzen, doorverwijzen naar Brave New Books.

KWEEKVIJVERS

Is zo'n relatie nu bijzonder? Uitgeverijen hebben al zo lang als ze bestaan kweekvijvers gefinancierd om nieuw talent binnen te halen. Vroeger waren dat literaire tijdschriften, tegenwoordig zijn dat digitale platforms. Literair agent Paul Sebes lanceerde in 2010 het inmiddels weer ter ziele gegane Pulpfiction.nl (en Pulpfiction.be), waar auteurs korte fragmenten konden posten. Uitgever Oscar van Gelderen van Lebowski begon vorig najaar op de site Medium.com zijn eigen platform waar hij, naast voorpublicaties van nieuwe titels en teksten van vergeten auteurs uit binnen- en buitenland, ook nooit eerder gepubliceerd talent een kans geeft. Het enige verschil tussen Brave New Books en dit soort initiatieven is dat de laatste alleen de kans op ontdekking als worst voorhoudt. Bij Brave New Books is dat een bijproduct.

Uit de kritiek op Brave New Books bleek ook het vooroordeel dat in eigen beheer uitgegeven titels synoniem zijn voor rommel. Zéker als Singel Uitgevers de krenten uit de pap gaat halen, betoogde kinder- en jeugdboekenschrijver Ted van Lieshout op zijn blog. “Je kunt op je vingers wel natellen dat als er in de vijver een auteur rondzwemt die heel goed is, die op het droge wordt getrokken en alsnog een contract krijgt aangeboden. Wat dan weer een twijfelachtige uitstraling heeft naar al die *wannabe*-schrijvers die in de vijver blijven spartelen.”

Maar die tijd is voorbij. Kijk opnieuw naar Amerika. Self-publishing is een gerespecteerd alternatief voor traditioneel uitgeven. Dat blijkt wel uit het feit dat in de e-boekranglijsten al jaren gemiddeld een kwart van het aantal titels in eigen beheer is uitgegeven. De lezer maakt een prestigieus logo verbonden aan een titel weinig uit. Dat een auteur als E.L. James (van de *Vijftig tinten*-trilogie) de overstap heeft gemaakt naar een traditionele uitgeverij, komt ook niet voort uit het verlangen naar erkenning, maar uit zakelijke overwegingen. Vintage Books kon wél investeren in een oplage van een miljoen papieren boeken en snelle distributie over het hele land.

Er zijn dan ook steeds meer *indie authors*, of onafhankelijke auteurs, die een aardig inkomen aan hun boeken overhouden. Toen Hugh Howey – zelf een self-publishing-miljonair dankzij de verkoop van zijn e-boek *Wool* (waarvan de vertaalrechten nota

bene door Singel-uitgeverij Q zijn aangekocht) – op een onlineforum een zoektocht begon naar lotgenoten die tenminste 100 tot 500 dollar per maand verdienen aan hun boeken, begon naar eigen zeggen *elke* reactie met de mededeling: ik verdien meer dan dat. De toekomst van self-publishing was volgens hem Jan Strnad – een auteur van wie bijna niemand in Amerika gehoord heeft, maar wiens boeken een meer dan behoorlijke aanvulling op zijn pensioen vormen: 2.000 dollar per maand.

In Nederland begint uitgeven in eigen beheer ook aan respect te winnen – zeker bij auteurs zelf. Bij Brave New Books duiken bekende auteurs op als kunstenares Patty Harpenau, actrice Belinda Meuldijk, filmmaker Dick Maas en vertaler Hans van Cuijlenborg, die allen bij traditionele uitgevers hebben gepubliceerd. De laatste biedt zelf zijn vertalingen van Guy de Maupassants verhalen aan. Ook CB, de boekendistributeur die in 2013 3.289 verschillende in eigen beheer uitgegeven titels *on demand* produceerde, valt het op dat hieronder steeds meer professionals zitten voor wie uitgeven in eigen beheer zeker geen *vanity publishing* is.

Deze auteurs schrijven hoofdzakelijk non-fictie. Het zijn bijvoorbeeld businessconsultants die een boek als visitekaartje gebruiken, of deskundigen op zo'n kleine nichemarkt dat een uitgeverij er geen brood in ziet hun werk te exploiteren. Maar het zijn ook literatoren die heruitgaven elders onderbrengen. Free Musketeers heeft speciaal voor hen het imprint Ambitium opgericht, waar auteurs als Yvonne Kroonenberg en Ellen Tijsinger inmiddels twintig titels hebben ondergebracht. Voor een eenmalige bijdrage van 249 euro plus jaarlijks 72,60 euro produceert Free Musketeers een digitale versie van een boek en voert het er opnieuw intensief promotie voor.

“Voor nieuw literair werk hebben wij het label Literoza opgericht”, vertelt Klaas van Eijkern, oprichter van Free Musketeers. “Dat kost een auteur niets. Het opmerkelijke is dat de boeken die wij onder het Free Musketeers-label brengen, nog wel eens neerbuigend bekeken worden. Steeds minder, maar toch. Literoza niet. Terwijl we voor Literoza precies hetzelfde doen. We doen alles wat een traditionele uitgeverij doet aan opmaak en promotie [*behalve redactie dus, MD*], maar door de kosten laag te houden, bereiken we al bij zeventig exemplaren een break-evenpoint.” Een auteur krijgt dan ook geen presentexemplaren, zodat met verkoop aan familie en vrienden dat punt al bijna is bereikt.

Ook lezers halen niet langer a priori hun neus op voor eigen beheer – in ieder geval niet volgens de producenten ervan. Het zal niet lang meer duren voor een van hun titels opduikt in de Nederlandse Bestseller 60 of de Vlaamse top 100, menen ze. Peter Paul van Bekkum van Mijnbesteller.nl vermoedt “binnen korte termijn”. En: “In 2020 is de helft van de bestsellerlijst *self-published*”. Van Eijkern heeft het ondertussen over “nog dit jaar” – “en dan zal het een Literoza-titel” zijn.

EIGEN BEHEER WORDT PROFESSIONELER

Het gevaar voor traditionele uitgeverij is dan ook eerder dat ze *niet* inhaken op de groei van eigen beheer. In oktober 2013 somde *NRC.next* nog op waarom een auteur zijn werk het best bij een traditionele uitgeverij kan onderbrengen: een uitgeverij helpt met zijn redacteurs een auteur koers te bepalen; een uitgeverij heeft geld, zodat een schrijver zich met een voorschot kan concentreren op zijn werk; een uitgeverij helpt het boek de winkel in, dankzij zijn verkoopapparaat; en een uitgeverij helpt het boek de winkel uit, dankzij een in de laatste jaren fors uitgebreid publiciteits- en marketingteam. Maar hoe lang blijven deze argumenten tellen?

Feit is dat de aanbieders van diensten voor in eigen beheer publicerende auteurs snel professionaliseren. Zo is de beperkte keuze aan standaardomslagen bij Mijnbestseller.nl al lang vervangen door een veel uitgebreider pakket aan mogelijkheden. Brave New Books kreeg kritiek omdat zo veel omslagen hetzelfde zijn. Kennelijk kiezen auteurs te vaak voor de sjablonen in plaats van hun eigen omslag. Hoewel dat de eigen keuze van schrijvers is, is het bedrijf begonnen hen op de mogelijkheden te wijzen. “Want wij realiseren ons ook wel dat te veel dezelfde omslagen niet goed zijn voor de verkoop”, aldus manager Op de Coul.

Ook breidt het dienstenpakket zich uit. “Wij willen meer diensten bij iedere stap in het publicatieproces aanbieden”, zegt Peter Paul van Bekkum van Mijnbestseller.nl. “Dat is een van de prioriteiten voor 2014.” Free Musketeers vertaalt sinds dit jaar zijn auteurs in het Engels en biedt hun titels te koop aan in Amerika. De vertaling is gratis, de verkoop moet de kosten terugverdienen. Ook gaat het bedrijf naar de belangrijke internationale beurzen als Frankfurt en Bologna om vertaalrechten te proberen verkopen.

Bovendien zullen auteurs vaker van diensten gebruik gaan maken. “Bij ons huurt vijf procent van de auteurs een dienst in”, zegt Van Bekkum. “Bij auteurs van managementboeken is dat vijftien procent, omdat zij willen dat hun boek een perfect visitekaartje is. Maar dat percentage moet hoger.” Dat percentage zal de komende jaren stijgen, omdat auteurs steeds meer zullen beseffen dat ze moeten opvallen in het groeiende aanbod en daarom tekst en vormgeving op een hoger niveau brengen en meer gaan doen aan promotie. Daar willen Mijnbestseller.nl en zijn concurrenten auteurs bij ondersteunen.

Hoe lang duurt het dan nog voordat almaar meer auteurs van naam en faam besluiten zelf uit te geven? Zeker wanneer je beseft dat auteurs toch al meer zelf moeten doen. Ten eerste: redactioneel. In Amerika is een manuscript al zo goed als perfect voor het, via een agent, aan een uitgeverij wordt aangeboden. Die trend rukt op in het Nederlandse taalgebied. Ten tweede: promotioneel. Het wordt steeds gebruikelijker dat een auteur veel tijd en energie stopt in interviews, evenementen, actief zijn op de

sociale media. Hoe lang nog voordat hij de volgende stap zet en het hele uitgeefproces in eigen handen neemt?

Natuurlijk zal een professionele auteur blijven investeren in zijn werk – van redactie tot promotie. Dat kost geld. Maar hij zal ook meer kunnen verdienen per verkocht exemplaar. Niet zozeer bij bedrijven als Free Musketeers, die zich opstellen als traditionele uitgevers en tien procent royalty's uitkeren, maar wel bij platformen als Brave New Books. Tegelijk kan een auteur zijn boek ook zeer laag prijzen om lezers sneller over de streep te trekken – als hij maar aan de knoppen zit. Zeker bij series werkt dat goed: maak lezers eerst verslaafd en verdien aan de volgende delen. In Amerika biedt Amazon op haar eigenbeheerplatform zelfs de mogelijkheid een e-boek als cadeau weg te geven.

Een uitgeverij zal dus nadrukkelijker dan ooit haar toegevoegde waarde moeten bewijzen – en zijn auteurs meer in de watten leggen, een trend die óók zichtbaar is bij Nederlandse en Vlaamse uitgeverijen. Maar als het niet lukt om iedere auteur evenveel zeggenschap over zijn eigen werk te geven als Free Musketeers en Brave New Books doen, is het helemaal geen slecht idee dat een uitgeverij een dochteronderneming bezit waar die auteurs terecht kunnen. Zoals Singel Uitgevers met Brave New Books. Het is dan ook begrijpelijk dat Mijnbestseller.nl, bouwer van het platform achter Brave New Books, ook door een andere uitgeverij is benaderd. Helaas voor hen kan Mijnbestseller.nl daar niet aan beginnen.
