

# Uitgevers!

28-02-2017 11:10



**Natuurlijk. Het is onaangenaam en soms ronduit kwetsend om als beroepsgroep publiekelijk gebasht te worden. In een hokje te worden gestopt en met aantoonbaar ondeugdelijke argumentatie te worden weggezet. Uitgevers!**

Die zijn alleen maar op eigen gewin uit en houden (stiekem!) véel meer aan de boeken over dan die arme auteurs. Uitgevers! Die groeien onvoldoende mee met de nieuwe digitale ontwikkelingen. Of nee, gaan daar juist te snel en klakkeloos in mee, en houden alle inkomsten achter. Uitgevers! Je kunt als schrijver net zo goed zelf je boeken uitgeven, dat is veel leuker en je houdt er veel meer aan over, want Paulien Cornelisse is dat ook gelukt. Uitgevers! Ze zijn alleen maar met marketing bezig. Of nee, ze snappen juist nog steeds niet wat marketing is.

Maar hoe menselijk het ook is hier als uitgever of hard werkende uitgeverijmedewerker af en toe heel moe van te worden: alleen maar zuchten bij de koffieautomaat helpt niet. Wat ook niet helpt: zwijgen. Dat laatste doen de meeste uitgevers in ons land al veel te lang. Sommige uitgevers zwijgen uit tactiek: je zou auteurs maar tegen de haren instrijken (een onderschatting overigens van zowel de auteur als jezelf). Andere uitgevers zwijgen uit aangeboren bescheidenheid. Gentlemen... Anderen, niet gehinderd door altruïsme, wegen het individuele belang chronisch zwaarder dan het collectieve. Weer anderen ontbreekt het aan een heldere visie

dan wel aan energie en/of verbaal vermogen die visie tot uitdrukking te brengen.

Maar hoe het ook komt: door als beroepsgroep zelden krachtig te reageren op al die stellige openbare meningen, ontstaat bij het geïnteresseerde publiek toch het idee dat er iets is met uitgevers, want: waar rook is, is vuur.

Dezer weken gaat het in de media weer ouderwets tekeer. Daarbij valt op, als je scherp kijkt, dat uitgevers niet vanuit auteurs of boekverkopers of aanverwante groepen aangevallen worden, noch vanuit overheid, wetenschap of onderwijs, maar door enkelingen en, uiteraard, belangenverenigingen. De start van abonnementslezen Kobo Plus leverde op social media natuurlijk de nodige verbale diarree op, maar riep ook felle reacties op van een individuele publishers' watcher als Henk Rijks. Die noteerde in NRC ('Boekenstreaming levert McProza op') een paar interessante dingen, zoals dat 'romans lezen' een zaak is 'van concentratie, verstillig en rust', en daarom misschien minder geschikt voor 'streaming' dan bij muziek of film. Maar hij haalde er ook van alles bij, zoals een zich volgens hem aandienende ontwikkeling van misbruik van data die over lezers vanuit streaming bekend zouden kunnen worden, door uitgeefconcerns die alleen nog 'McProza' zouden nastreven.

Bonkers, zeggen dan de Engelsen. Hij stelde verder dat uitgevers door deelname aan Kobo Plus hun 'kroonjuwelen' te grabbel gooien terwijl ze nog niet eens weten wat ze eraan gaan verdienen, laat staan dat die arme auteurs er iets aan zouden overhouden. Als deze beweringen elders niet spoedig ontzenuwd worden, met heldere rekenvoorbeelden, dan doe ik het. Met liefde. Maar hier beperk ik me nu even tot het gemis aan weerwoord bij uitgevers als zodanig. Zo zonde. Uitgevers zijn aantoonbaar géén sneaky geldwolven; uitgevers balanceren dagelijks met een vlijtige tong tussen de lippen tussen financieel en cultureel belang; tussen markt en inhoud; tussen gearriveerd en nieuw; tussen 'slow reading' en 'fast reading'; tussen 'clicks' en 'bricks'. Tussen traditie en vernieuwing. Daarbij is elk nieuw boek een nieuw product. Zelfs Unilever lanceert op jaarbasis minder nieuwe producten dan een middelgrote uitgeverij. Een veeleisend beroep met een laag uurtarief.

Een belangenorganisatie als de Auteursbond (voorheen VvL) kan er ook wat van. Boekblad Magazine (februari 2017) geeft de leiding van deze bond, die nota bene in nauwe samenwerking met de uitgevers (GAU/LUG) het zogenaamde modelcontract beheert, alle ruimte om te suggereren dat auteurs steeds meer zelf hun boeken zullen uitgeven. 'Dat doen ze omdat ze bij hun uitgeverij niet meer de aandacht krijgen die ze zouden willen. Of omdat ze meer willen verdienen.'

En uitgevers doen nog veel meer heel erg slecht. De marketing wordt gepleegd 'voor slechts een kleine groep auteurs', die daardoor 'inderdaad heel veel verkopen'. En: 'Er wordt in de creatieve industrie veel geld verdiend met tekst. Hoe kan het dan dat schrijvers (...) daar zo weinig van krijgen?'. Het scheelt maar weinig of er wordt nog weer eens aan toegevoegd dat het gemeen is dat uitgevers 90% krijgen en auteurs maar 10%.

Al zijn de meeste auteurs niet vertegenwoordigd door deze auteursbond (slechts enkele honderden op enkele duizenden), en is naar mijn schatting 9 van de 10 relaties auteur-uitgever zeer transparant, aangenaam en vruchtbaar - dit alles mag niet onweersproken blijven. Het is gelukkig ook tamelijk eenvoudig in cijfers en woorden aan te geven wat de ratio is achter de samenwerking auteur-uitgever en het verdienmodel dat daarbij past.

Dat moeten wij uitgevers dan wel doen. Steeds opnieuw. Samen met onze auteurs. Toelichten. Uitleggen. In gesprekken achter dichte deuren, maar ook publiekelijk. Zwijgen is zilver, spreken is goud. Of kende u die uitdrukking nog niet?

**(Deze colum verscheen op [de website van Uitgeverij Podium](#) en overgenomen met toestemming van de auteur)**

Joost Nijsen