

Stichting Collectieve
Propaganda van het
Nederlandse Boek

Stichting Collectieve
Propaganda van het
Nederlandse Boek



Jaar over zicnt 2011



VOORAF

Gerammel aan de keten van het boek

‘**H**ebben zich ooit zoveel veranderingen tegelijkertijd aangediend in onze boekencultuur als juist in deze tijd?’ Deze zin zou het onderschrift kunnen zijn bij een cartoon waarop je twee vijftiende-eeuwse monniken bezig ziet met het illumineren van een getijdenboek. Het zou ook de verzuchting kunnen zijn van een zetter die aan het eind van de negentiende eeuw achter een Linotype-zetmachine plaatsneemt of van een uitgever in de jaren zestig van de vorige eeuw die met een mengeling van zorg en tevredenheid zijn magazijnen vol paperbacks in ogenschouw neemt. De dynamische evolutie van het geschreven woord is een onontwarbare mengeling van intellectuele, technologische, sociologische en economische factoren. De kracht van de boekencultuur zit hem in twee uitersten: enerzijds is er het gegeven dat één enkel mens iets kan schrijven dat honderden, duizenden of zelfs miljoenen andere mensen heel graag willen lezen, anderzijds zit die kracht in de systematische inrichting van een aantal beroepen en functies die er in gezamenlijke concurrentie met elkaar voor zorgen dat de creatieve voortbrengselen van auteurs worden vermarkt. Dat eerste gegeven, de individuele creativiteit van een auteur, is tamelijk onverwoestbaar, getuige de kracht van literatuur zelfs in landen waar schrijvers actief door de staat worden gecensureerd of vervolgd. Maar dat andere uiterste, daarin schuilt de dynamiek die het boekenvak al eeuwen in zijn greep houdt. Hoewel die twee vijftiende-eeuwse monniken ons eraan herinneren dat die dynamiek van alle tijden is, is het niet overdreven om te zeggen dat er in het internationale en het Nederlandse boekenvak nog nooit zo hard aan de keten van het boek is gerammeld als in deze jaren.

Het is zelfs de vraag of de term ‘keten’, die traditioneel van auteur via uitgever en boekhandel naar bibliotheek en tenslotte naar de lezer leidt, in onze tijd nog wel een passende metafoer is. Auteurs hebben literaire agenten, uitgevers verkopen ook zelf boeken via hun website, de boekhandel levert in de meeste gevallen allang niet meer aan bibliotheken en lezers komen niet meer alleen in fysieke winkels, maar bestellen hun boeken ook via internetboekhandels. En naast reguliere gedrukte boeken zijn er ook luisterboeken, grootletterboeken, Dwarsliggers en e-books. Een ‘kluwen’ zou voor die situatie een betere aanduiding zijn dan een ‘keten’.

Het gegeven dat de onderlinge functieverdeling tussen uitgevers, boekhandels en bibliotheken steeds minder scherp afgebakend is, wordt versterkt door effecten van schaalvergroting, bezuiniging en niet in de laatste plaats door de gevolgen van de ernstigste economische crisis die de wereld sinds de beurskrach van 1929 heeft gekend. Juist in Nederland, waar collectieve samenwerking sinds lange tijd een karakteristiek van het boekenvak is, wordt daardoor een aantal collectieve voorzieningen op het terrein van de productie, de distributie, de verkrijgbaarheid en de promotie van boeken op de proef gesteld. De productie van boeken is bijvoorbeeld afhankelijk van het auteursrecht, van subsidies en van taalopleidingen, de distributie is afhankelijk van het daarmee gemoeide marktvolume, de verkrijgbaarheid is afhankelijk van de vaste boekenprijs, en de collectieve promotie moet het hebben van het vermogen van het totale boekenvak om de jaarlijkse basismiddelen voor de instandhouding van de CPNB op te brengen. Wie de Nederlandse politiek en de economie een beetje volgt – en wie doet dat in deze tijd niet – en wie dan ook nog de wekelijkse GfK-cijfers over de omzet op de algemene boekenmarkt tot zich laat doordringen, realiseert zich dat al die genoemde factoren onder druk staan.

De visie die de CPNB in het afgelopen jaar aan dat gegeven heeft verbonden is dat er in de collectieve promotie van het boek en het lezen nog meer energie gestopt moet worden dan er aan dynamiek op ons afkomt. Dat betekende in 2011 een drastische omvorming van de interne organisatie van de CPNB, uitbreiding van het instrumentarium met alles wat de digitale en sociale media in onze tijd te bieden hebben, en ondertussen vasthouden aan een paar criteria die van alle tijden zijn: kwaliteit, relevantie en effectiviteit. Moge dit jaaroverzicht daarvan het bewijs zijn. Met dank aan allen die het werk van de CPNB steunen en mogelijk maken.

Dus ook aan u.



Mei 2012
Maarten Asscher
Voorzitter Stichting CPNB

A handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Maarten Asscher', followed by a long horizontal line extending to the right.

Jaaroverzicht 2011



6-7



8-9



10-11



12-17 Januari



18-19 Februari



20-21 Maart



22-29 Maart



30-33 April



34-35 Mei



36-41 Juni



42-43 Juni



44-49 Juni



50-51 Juli



52-53 Juli



54-59 September



60-61 September



62-63 September



64-66



67 September



68-69 September



70-73 September



74-79 Oktober



80-81 Oktober



82-83 Oktober



84-89 Oktober



90-91 November



92-93 November



94-95

Stichting Collectieve
Propaganda van het
Nederlandse Boek

HET BOEK IN 2011

Koopvacuüm

Het jaar 2011 werd gekenmerkt door veel sombere geluiden over het boek. De jeugd komt niet meer aan lezen toe en het publiek niet meer aan kopen. En voorzover er gekocht wordt, gebeurt dat niet meer in een boekwinkel met glazen pui maar in een webwinkel. En voorzover er nog gelezen wordt, dan niet meer van papier maar van een beeldscherm.

Wat is er nu echt aan de hand? Welke ontwikkeling is doorslaggevend? En welke bijkomend? Een snelle rondgang langs uitgeverij, boekhandel en bibliotheek.

Uitgeverij

In het voorjaar 75 centimeter en in het najaar 75 centimeter. Zo hoog zijn de stapels met kleurige brochures waarmee de Nederlandse uitgeverijen de boekhandel informeren over hun plannen voor het komende halfjaar. En dat terwijl enkele voortrekkers al op geheel digitale aanbiedingsbrochures zijn overgegaan. Het illustreert hoe moeilijk het voor uitgevers is om hun aanbod te beperken – ondanks herhaaldelijk beledend voornemens op dat punt. Dat massale aanbod is nog steeds dé manier om kans te maken op de bestseller die alles goed zal maken. Voor veel uitgevers zijn bestsellers van levensbelang.

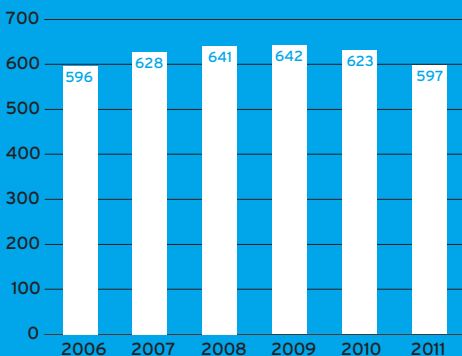
Groeien zonder bestsellers is bijna onmogelijk. En wie te lang zonder bestsellers zit, kan op rode cijfers wachten.

Uitgevers moeten meer inspanning leveren voor dezelfde opbrengst. Ze moeten exploitatie voor e-boeken opzetten, ze moeten apps ontwikkelen, ze moeten licenties verlenen voor luisterboeken. En voor hun papieren boeken moeten ze nimmer aflaten met prijsacties en vernieuwde omslagen. En de überbestsellers, de Sonja Bakkers, Harry Potters en Stieg Larssons, die zijn niet op bestelling te leveren. Die komen zomaar. Of ze blijven zomaar uit, zoals in 2011. Als ze uitblijven, is dat niet goed voor de markt, want überbestsellers trekken kopers aan die anders nooit kopen.

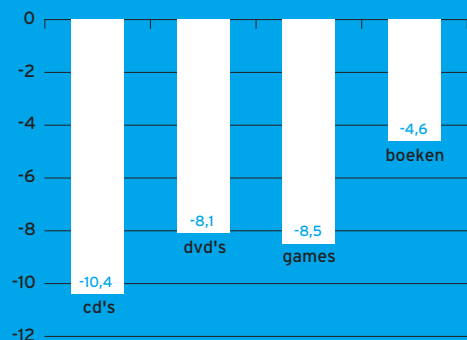
Boekhandel

Nederlanders kochten in 2011 voor € 597 miljoen aan papieren en elektronische boeken. In 2010 was de teller nog op € 623 miljoen uitgekomen, in de topjaren 2008 en 2009 boven de € 640 miljoen. Er is dus een neerwaartse trend, zonder meer. Zonder meer? Boeken verkopen is detailhandel. Ragfijne detailhandel, met bijna 300.000 verschillende artikelen in de aanbieding. En de hele detailhandel heeft het zwaar. Mode, doe-het-zelf, kleine huis-

OMZET VAN HET ALGEMENE BOEK
(papier en elektronisch) IN MILJOEN EURO



OMZETONTWIKKELING VAN VERSCHILLENDE
FYSIEKE DRAGERS IN 2011 (in % van de omzet in 2010)



houdelijke apparaten, consumentenelektronica – behalve natuurlijk smartphones en tablets – hebben het allemaal moeilijk. Laurens van den Oever van GfK Retail and Technology Benelux, hoofdleverancier van onderzoeksdata over het boek, heeft dit verschijnsel de benaming *koopvacuüm* meegegeven.

In de meeste winkelstraten zie je de leegstand toeneemen. Trendwatchers in vastgoed en detailhandel zien daarin de verschuiving van boodschappen doen naar internetshoppoepen zich manifesteren. Meer dan welke trend ook is het deze verschuiving waar de traditionele boekwinkel van te lijden heeft.

Entertainmentvormen die met het boek concurreren, zoals cd's, dvd's en games, zakken in hun fysieke vorm stuk voor stuk sneller weg dan het boek. Het zal winkelketens die zaken doen met verschillende media ertoe brengen om zwaarder op het boek in te zetten. Het is met vallen en opstaan gegaan, maar de entertainmentbranche is met digitale verdienmodellen nu een stuk verder dan de boekenbranche. In 2011 verdubbelde het e-boek zijn marktaandeel in omzet van 0,6 naar 1,3%. Een plus van honderd procent lijkt veel maar is, vergeleken met de plussen van smartphone en tablet, niet meer dan een klein plusje. Het lijkt er op dat we nog een innovatieslag te gaan hebben. Voor velen die langere teksten willen lezen blijft het beeldscherm vermoeiend, terwijl voor de echte digiconsument het zwartwit van het woordscherm, alias de e-reader, niet sexy genoeg is.

In heel Europa zie je dezelfde ontwikkeling: de smartphone en de tablet eten de oudere elektronische media leeg maar knabbelen slechts mondjesmaat aan het boek. Wie getuige wil zijn van de doorbraak van het e-boek, die moet vooralsnog naar de Verenigde Staten.

Bibliotheek

Verregaand afhankelijk als ze zijn van publieke bekostiging, staan ook de openbare bibliotheken in het huidige klimaat stevig onder druk. Begin 2011 was ongeveer 85% van alle gemeenten voornemens om in meer of mindere mate op hun bibliotheken te bezuinigen. Maar dat bibliotheken sneller en breder dan uitgeverij en boekhandel inzetten op digitale

dragers en technieken, dateert al van voor de huidige bezuinigingsgolf.

Het aantal fysieke uitleningen bewoog zich in 2011 rond de 100 miljoen, terwijl dat ooit 180 miljoen per jaar geweest is. De onderzoeksdata kunnen nog niet weergegeven of en in hoeverre digitale uitleningen de teruggang in fysieke uitleningen goedmaken.

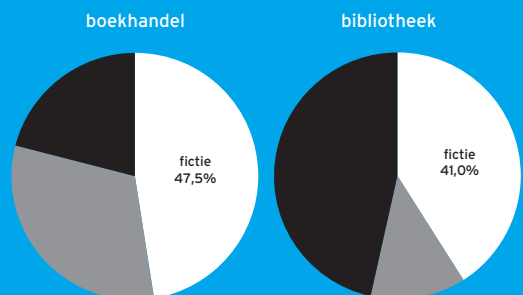
Toch is de deelname aan de bibliotheken onverminderd massaal: 2,1 miljoen kinderen zijn lid en 1,9 miljoen volwassenen. De centrale stadsbibliotheken zijn geduchte publiekstrekkingen geworden, die veel meer aanbieden dan alleen een uitleenbalie.

Er wordt breder geleend dan gekocht. De 500 meest uitgeleende titels halen 5% van het aantal uitleningen, de top-500 in de boekwinkel haalt een omzetaandeel van 35%.

Tegelijk worden er andere soorten boeken geleend dan gekocht. Heel veel kinderboeken, dat spreekt met al die jeugdleden vanzelf. En de thriller heeft in de bibliotheken nu een absoluut dominante positie, terwijl de literatuur als vanouds bescheiden presteert. Bibliotheekmatig bekeken heeft de literaire thriller de positie overgenomen die vroeger bekleed werd door de streekroman. Met dank aan de lezeressen. Leners lezen vooral series. Vandaar dat de 30 titels die tussen medio 2010 en medio 2011 het meest werden uitgeleend, van slechts tien auteurs afkomstig zijn.

Met dank aan het Centraal Bureau voor de Statistiek, Voorburg (gegevens bibliotheken) en GfK Retail and Technology Benelux, Amstelveen (gegevens detailhandel)

BOEKHANDELSAFZET EN BIBLIOTHEEKUITLENINGEN NAAR GENRE
(situatie in 2010)



MET DANK AAN...

...ONZE SPONSORS en
partners in 2011

CONVENANTPARTNERS

Groep Algemene Uitgevers
Koninklijke Boekverkopersbond
Vereniging van Openbare Bibliotheken

SPONSORS



MET DANK AAN

deboekensalon.nl

EN ONZE PARTNERS

A-light, Amsterdam
 Bijzondere Collecties van de Universiteit van Amsterdam
 Bimhuis, Amsterdam
 BNO, Amsterdam
 Boekblad, Amsterdam
 Irma Boom Office, Amsterdam
 Centraal Boekhuis, Culemborg
 Cultuur-Ondernemen, Amsterdam
 Dedicon, Amsterdam
 Fonds XL, Zevenhuizen
 Gazz, Amsterdam
 Genootschap van Nederlandstalige Misdaadauteurs
 GfK Retail and Technology Benelux, Amstelveen
 GGP Media, Pößneck (D)
 Grafische Cultuurstichting, Amsterdam
 De Issuemakers, Amstelveen
 KesselsKramer, Amsterdam
 Het Ketelhuis, Amsterdam
 Koninklijk Theater Carré, Amsterdam
 Koninklijke Bibliotheek, Den Haag
 Koninklijke Vereniging van het Boekenvak, Amsterdam
 Loket Aangepast Lezen, Den Haag
 M & F Vormgeving, Amsterdam
 Judith Maassen, Amsterdam
 Mad Multimedia, Groningen
 Make 'em Say: Hey! 3d motion design, Amsterdam
 De Melkweg, Amsterdam
 Mister Kitchen, Amsterdam
 Moker Ontwerp, Amsterdam
 Muziekgebouw aan 't IJ, Amsterdam
 Nationaal Archief, Den Haag
 Nationaal Comité 4 en 5 mei, Amsterdam
 NBD | Biblion, Leidschendam
 Nederlands Forensisch Instituut, Den Haag
 Nederlands Letterenfonds, Amsterdam
 De Nederlandse Boekenbon bv, Bilthoven
 Nederland 2, Hilversum
 Nickelodeon, Amsterdam

NLBB Vereniging van Leesgehandicapten, Den Haag
 Oirik, Apeldoorn
 Openbare Bibliotheek Amsterdam
 Oxford House, Amsterdam
 Praaning & Roekens, Amsterdam
 Prins Bernhard Cultuurfonds, Amsterdam
 ProBiblio, Hoofddorp
 Q-Music, Amsterdam
 Rijksmuseum Amsterdam
 Jan Paul Schutten, Amsterdam
 Studio Ron van Roon, Amsterdam
 SchoolTV, Hilversum
 Simon de Waal, Amsterdam
 Stadsschouwburg Amsterdam
 Stedelijk Museum Amsterdam
 Van Sterrenburg, Amsterdam
 Studio Jaap van der Zwan, Amsterdam
 Studio Spirit & Sketch, Amsterdam
 Stichting De Best Verzorgde Boeken, Amsterdam
 Stichting Lezen, Amsterdam
 Stichting Lezen & Schrijven, Den Haag
 Stichting Marktonderzoek Boekenvak, Amsterdam
 Stichting Schrijvers School Samenleving, Amsterdam
 Janneke Vonkeman, Amsterdam
 VPRO, Hilversum
 Van Wanten/ETCETERA, Amsterdam
 Westergasfabriek, Amsterdam
 Xsaga, Amsterdam
 Z@pp, Hilversum
 Zwaan Printmedia, Wormerveer

EN DE AMBASSADEUR VAN NEDERLAND LEEST

Philip Freriks

DE CPNB VERANDERT

Het alles verbindende woord

Medio 2010 trad Eppo van Nispen tot Sevenaer aan als directeur van de CPNB. In 2011 waren er opnieuw de gekende campagnes: Boekenweek, Kinderboekenweek enzovoort. Niemand zou het anders willen. Maar... verandert er intussen ook iets bij de CPNB? De turbulentie in de omgeving is er naar. Acht vragen aan Eppo van Nispen.

Wat hebben al die vakgenoten die je tegenwoordig in het CPNB-pand ziet daar te zoeken?

Ik geloof sterk in *user driven innovation*: nieuwe dingen samen met de gebruiker ontwikkelen. Dus dát komen die mensen hier doen. Zo praten wij nu minstens één keer per kwartaal met de boekhandelsketens. Een van de dingen die daar uit kwamen was dat een keten onze materialen niet gebruikte, niet omdat zij ze lelijk vonden, maar omdat onze kleuren niet voldeden aan hun *style guide*. Ketens werken met uitgekiende formules. Bijvoorbeeld: geen mosgroen. Als wij dan zeggen, mosgroen *soll es sein*, dat is top-downdenken. Dan zoek ik liever samen met hen naar iets wat inpasbaar is.

Heeft het Boekenweekthema intussen niet zijn langste tijd gehad?

Gebleken is dat het thema vooral functioneert naar de media toe, in het bedenken van allerlei creatieve invullingen. Maar de winkels interesseert het thema minder. Bij de huidige omloopsnelheid van boeken moet je een heel sterk thema hebben wil het de winkels passen. Een keten moet voor een beperkt aantal dagen de hele boel ombouwen, dat is heel ingrijpend voor ze. Ik zou het thema zeker niet los willen laten. Tegelijk moeten we goed aan de ketens uitleggen waarom we het doen.

Is de spagaat van de CPNB niet dat ze voor de media hipper moet zijn dan voor boekhandel en bibliotheek?

Waarom zouden de media aandacht besteden aan iets dat ze duf vinden? Je hebt een wat hippere uitstraling zonder meer nodig en ik vind dat we boekwinkel en bibliotheek daarin mee moeten trekken. Met zijn allen moeten we ervoor zorgen dat er in de media rondom het boek heel veel te vertellen is. Noem het voor mijn part de rock-'n-roll van het boek.

Heel lang voerden we als slogan *Van boeken krijg je nooit genoeg*. Als je naar de huidige markt kijkt, is die kreet eigenlijk niet meer houdbaar. Dus verleggen wij nu de focus naar *Een boek kan zoveel doen*, naar de waarde die een boek voor je kan hebben. Dat is minder op kwantiteit gericht en meer op kwaliteit.

Wat kunnen we van digitale promotievormen verwachten?

Met digitale promotie ben je veel meer present. Je kunt een abri inkopen en dan denkt iedereen in je buurt: o, ze zijn er. Maar ik kijk liever naar een digitale abri, want die kun je heel precies *pointen*, tot in jouw mobiel aan toe. Ik denk dat het digitale straatbeeld nu van groter belang is dan het gewone straatbeeld. We hebben al gezien hoe effectief digitale promotie is voor de NS Publieksprijs, maar ook voor andere campagnes is het een must.

Riskeert de CPNB geen verlies aan vuurkracht als zij haar aandacht moet spreiden over papieren boeken, e-boeken en luisterboeken?

Als er vraag uit de markt is om een campagne voor het luisterboek, en het is relatief eenvoudig om daaraan mee te werken, dan doen we dat. Als een segment van het publiek een *streaming*-versie van een geschenboek wil hebben en dat is relatief eenvoudig te installeren, dan gaan wij daar in mee. Ik vind het belangrijk voor dit huis om ruimte te



maken voor het Nederlandse boek in al zijn vormen. Je kunt ook zeggen: waar is het stripboek dan? Nou, de stripmensen vergaderen intussen ook al hier. Ze zijn daar heel blij mee, en misschien komt er wat uit. En wij krijgen door die verbreding een breder draagvlak, voor alles wat we doen.

Je hebt wel eens gezegd dat de CPNB het kennisinstituut van het boekenvak moet zijn. Klinkt leuk, maar wat betekent het echt?

Uitgevers, bibliotheken en boekhandel moeten hun positie bepalen tussen de traditionele wereld van papier en de digitale wereld. Maar de digitale penetratie gaat zo snel dat ze digitale elementen

beter meteen in hun strategie kunnen incorporeren. Dat geldt voor ons ook. Wij moeten op zijn minst een *smart follower* zijn, we moeten weten wat er in de markt speelt, we moeten naar buiten kijken, we moeten weten waar we over praten.

Is met al die spreiding het eind van het liedje niet dat de CPNB een publieksmerk wordt? Daar zit het vak toch niet op te wachten?

Als het gaat om deskundigheid, bijvoorbeeld naar de media toe, hebben we een duidelijke taak. Dan gaat het om antwoord geven op vragen. Het zou anders worden als iemand van ons iedere week aan tafel zou gaan zitten bij Matthijs van Nieuwkerk om te praten over de toestand in de boekenwereld. Dan word je als CPNB een soort Consumentenbond. Dat is zeker niet de bedoeling. Ik geloof niet dat de consument weet wat de CPNB doet en dat mag ook zo blijven. Het zijn de campagnes die het moeten doen.

Wat is de moraal van het verhaal?

Onze missie is om de beste boek-aan-de-man/vrouw-brenger ter wereld te zijn. In alle vormen: leesbevordering, boekenbezit, toegang tot boeken. En altijd in een betaalde vorm, ook in de bibliotheek. Mijn vader zei altijd: niets is mooier dan een mooi verhaal. Het gaat er om dat wij een maatschappij houden waarin het woord, het alles verbindende woord, zo veel mogelijk mensen weet te bereiken en aan blijft zetten tot nadenken.





De Nationale Voorleesdagen

Voorlezen doet lezen

Op 10 januari werd bekend dat ABN AMRO besloten had de samenwerking met de CPNB te verbreden. Al sinds 2006 sponsort ABN AMRO tot wederzijds genoegen de Nederlandse Kinderjury. Eind 2010 bereikten partijen overeenstemming over een uitbreiding van de sponsorrelatie over de drie kindercampagnes van de CPNB, Kinderboekenweek, de Nederlandse Kinderjury en De Nationale Voorleesdagen. De sponsorovereenkomst geldt voor een periode van drie jaar, te beginnen bij De Nationale Voorleesdagen 2011.

De achtste Nationale Voorleesdagen liepen van 19 tot en met 29 januari. Spil in de campagne was het prentenboek *Fiet wil rennen* van Bibi Dumon Tak en Noëlle Smit, door een jury van jeugdbibliothecarissen verkozen als Prentenboek van het Jaar. Aan het jurywerk ging een stemronde onder jeugdbibliothe-

carissen vooraf om te bepalen welke prentenboeken, in 2009 verschenen, tot de favorieten behoorden. Op basis van deze stemming koos de jury tien prentenboeken om tijdens De Nationale Voorleesdagen centraal te stellen. En daaruit werd *Fiet wil rennen* als *best of the best* verkozen. Bij zijn keuze lette de jury vooral op de mogelijkheden die het boek bood voor spel en interactie.

Voor De Nationale Voorleesdagen bracht de CPNB van *Fiet wil rennen* een goedkope mini-editie in de winkels, verrijkt met een dvd, waarop een animatie van het boek staat. Ook kwam de langbenige Fiet tot leven in een aandoenlijk vingerpoppetje.

Op 17 januari mocht Bibi Dumon Tak per gongslag de handel openen op NYSE Euronext, de Amsterdamse effectenbeurs.

Sinds jaar en dag worden De Nationale Voorleesdagen



Bibi Dumon Tak en
Caroline Princen, lid van de Raad
van Bestuur van ABN AMRO

aan een vliegende start geholpen door Het Nationale Voorleesontbijt. Overal in het land, in peuterspeelzalen, kinderdagverblijven, bibliotheken, boekhandels en in de onderste groepen van de basisschool, begon woensdag 19 januari met voorlezen, in veel gevallen door een gast-voorlezer, in sommige gevallen door een gast-voorlezer die ook Bekende Nederlander is. De bekendste daarvan was prinses Laurentien, voorzitter van Stichting Lezen & Schrijven, die zich inzet voor alfabetisering. Zij ging voorlezen in de Bibliotheek Bollenstreek in Lisse. Na het voorlezen voor de kinderen werd de Prinses voorgesteld aan drie Laaggeletterden-ambassadeurs, mensen die op latere leeftijd hebben leren lezen en schrijven. Openbare Basisschool Lutje Til in het Groningse Tjuchem ontving vader Jan en zoon Youri Mulder, kinderdagverblijf Uk aan Zee te Haarlem judoka

33.935 exx.





Eberhard van der Laan

Dennis van der Geest en De Kleine Beer te Hilversum actrice-presentatrice Viviënne van den Assem. Ook trokken er de nodige politici op uit. Minister Marja van Bijsterveldt ging naar basisschool Noordeinde in Zoetermeer, minister Uri Rosenthal naar basisschool Het Spoor in Rotterdam en kamervoorzitter Gerdi Verbeet naar de Amsterdamse Montessorischool Steigereiland.

Voor de basisscholen verscheen er een gedrukte

brochure met lessuggesties rond de Prentenboeken TopTien. Voor de openbare bibliotheken ontwikkelde de CPNB een online handleiding, in samenwerking met bibliotheekondersteuner Cubiss.

Voor het eerst waren er gedurende De Nationale Voorleesdagen radiospots te horen. Die richtten zich op ouders en grootouders, met een oproep om hun kinderen en kleinkinderen voor te lezen. Er waren drie varianten: met Frank Groothof, Jan Mulder en

De PrentenboekenTopTien

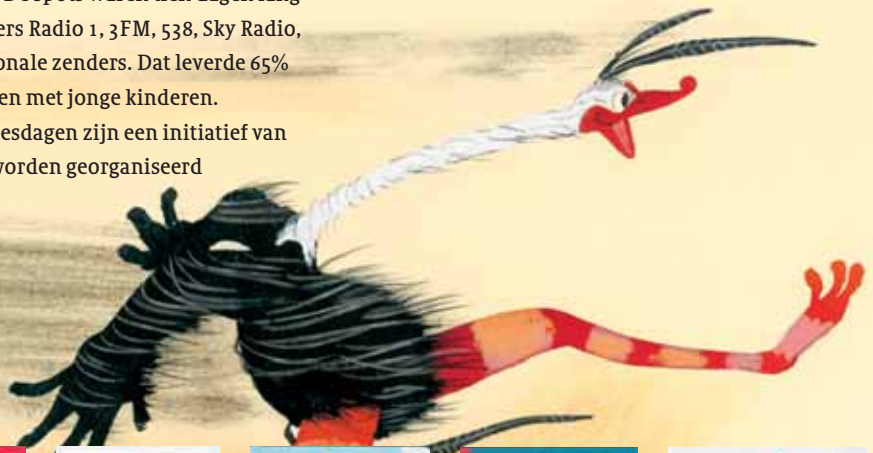




Prinses Laurentien

Xander de Buisonjé. De spots waren tien dagen lang te horen op de zenders Radio 1, 3FM, 538, Sky Radio, 100%NL en alle regionale zenders. Dat leverde 65% bereik op bij gezinnen met jonge kinderen.

De Nationale Voorleesdagen zijn een initiatief van Stichting Lezen en worden georganiseerd door de CPNB.



CPNB TOP 100

Wat goed is komt langzaam



Wat is het bestverkochte boek van het afgelopen jaar en hoeveel exemplaren daarvan werden er precies verkocht?

Bij alle overvloed aan onderzoeksgegevens die de boekenbranche het jaar doorhelpen is er nog steeds maar één plek waar het antwoord op die vraag te vinden is: in de CPNB Top 100.

En het antwoord kwam op 2 februari, toen bekend werd dat *Haar naam was Sarah* van Tatiana de Rosnay (Artemis & co) de überbestseller van 2010 was. Met 496.287 exemplaren in Nederland verkocht.

Wanneer wordt een bestseller een überbestseller? Laten we dit zeggen: wanneer die over meerdere jaren de sterren van de hemel verkoopt. Als het om de verkoop van boeken gaat, komt het echt grote succes nu eenmaal langzaam, ondanks ons flitsend tijdsgevoel. Neem *Haar naam was Sarah*. Het boek was al in 2007 verschenen, haalde in 2007 en 2008 de CPNB Top 100 niet en brak eerst in 2009 door – en goed. In dat jaar werden er 456.821 exemplaren verkocht en eindigde het als tweede op de lijst achter Stieg Larsson's *Mannen die vrouwen haten* (Signatuur). Het jaar erna ging de verkoop zelfs nog wat omhoog. Zodanig dat de uitgever begin 2011 het miljoenste exemplaar in het Nederlandse taalgebied kon vieren.

Dat lange doorlopen van de überbestsellers is ook te zien aan de Millennium-reeks van Stieg Larsson. De drie delen daarvan, in de jaren 2006 tot 2008 verschenen, bezetten in de CPNB Top 100 over 2010 nog de plaatsen 2, 3 en 4, met verkochte oplages van elk dik boven de 200.000.

De CPNB Top 100 wordt samengesteld op basis van de afzetgegevens die GfK Retail & Technology Benelux bij retailers verzamelt in opdracht van Stichting Marktonderzoek Boekenvak. In nauw overleg met GfK vult de CPNB deze gegevens aan met opgaves afkomstig van uitgevers en Boekenclub ECI.

VERS VOOR DE PERS

Met randprogrammering



Op maandag 7 februari presenteerden uitgeverijen hun plannen voor de komende maanden aan vertegenwoordigers van de media. De naam: Vers voor de Pers. De plaats: de Passenger Terminal Amsterdam. In de stands: 85 uitgeverijen met een waaier aan imprints. In de gangpaden: honderden mediaprofessionals, aangevuld met medewerkers van boekwinkels en openbare bibliotheken, allemaal gekomen om zich op de hoogte te stellen en inspiratie op te doen.

Die inspiratie werd ook geboden door drie sprekers in het randprogramma. Scott Lindenbaum gaf een presentatie over het door hem gestichte digitale magazine *Electric Literature*. Philip Jones, redacteur van het Britse vakblad *The Bookseller*, gaf zijn visie op de Nederlandse boekenmarkt. Philippe Colombet van Google Book Search hield de relatie tussen Google, papieren boeken en elektronische boeken tegen het licht. Tegelijkertijd verzorgden enkele uitgeverijen op de verschillende niveaus van de beursvloer speciale presentaties.

Om vijf uur bood de CPNB een borrel aan en hieven de aanwezigen het glas op het nieuwe jaar. Met dank aan drukker GGP Media was er voor de beursbezoekers een bijgewerkte editie van het handzame boekje *Wie is wie. Wie werkt waar in de uitgeverij*.

Vergeleken met vorig jaar was het aantal bezoekers hetzelfde. Van de bezoekende mediamensen liet de helft weten Vers voor de Pers vrijwel elk jaar te bezoeken. Dat is tegelijk een compliment en een waarschuwing: verhoogde kans op slijtage. Intussen zijn er enkele belangrijke uitgeverijen die Vers voor de Pers links laten liggen. Al met al reden om actief aan opzet en invulling te blijven sleutelen.

HET MOOISTE BOEKOMSLAG

Congo



Op 17 februari viel het derde nummer van *Boekblad Magazine* op de deurmat van het boekenvak met daarin het dozijn genomineerden voor de verkiezing van Het Mooiste Boekomslag 2011. De boekverkopers Gerda Aukes (Den Boer, Baarn), Christine Bos (de Balustrade, Rotterdam), Grietje Braaksma (AKO), Loes Jansen (Hoogstins, Amsterdam) en Daan van der Valk (H. de Vries, Haarlem) hadden deze twaalf gekozen uit het aanbod van 2010. Tegelijk was op boekblad.nl de stembus geopend voor al wie werkzaam was in de Nederlandse boekwinkel. De stemperiode liep tot en met 28 februari. Op donderdag 3 maart dromden nieuwsgierige betrokkenen samen in het museumcafé van de Bijzondere Collecties van de Universiteit van Amsterdam. Daar bleek dat twee boeken veruit favoriet waren geweest bij de

stemmende boekverkopers: het omslag dat de jonge Leentje van Wirdum ontwierp voor de jeugdroman *Achter de stilte* van Beate Teresa Hanika (Lemniscaat) en het omslag voor het al veel gelauwerde *Congo* van David van Reybrouck (De Bezige Bij). Daarvoor had ontwerper Thijs Hoogeland van Studio Jan de Boer gebruikgemaakt van een foto van Stephan Vanfleteren. *Congo* won met neuslengte. Voor de winnende ontwerper was er een bokaal, voor de uitgever een wisselbeker.

De verkiezing van Het Mooiste Boekomslag, dit jaar voor de tiende keer, is een gezamenlijke onderneming van *Boekblad* en Stichting De Best Verzorgde Boeken. Tekort aan mankracht en middelen noopte hen helaas de verkiezing in 2012 niet door te laten gaan.

Van het bestuur

Het bestuur van de Stichting CPNB kwam in 2011 vier maal in vergadering bijeen, op 6 april, 8 juni, 21 september en 14 december. Aansluitend aan de junivergadering vond er een overleg plaats van bestuur en directie van de CPNB met bestuursdelegaties van de GAU (Groep Algemene Uitgevers), de KBb (Koninklijke Boekverkopersbond) en de VOB (Vereniging van Openbare Bibliotheken). De drie bonden, *founding fathers* van de CPNB, zenden naar de bestuursvergaderingen van de CPNB elk een assessor.

In april droeg [Hans Peters](#) het penningmeesterschap over aan [Joop Boezeman](#). In de jaren van zijn penningmeesterschap heeft [Hans Peters](#) bijzondere verdiensten gehad voor de CPNB: bij de zoektocht naar nieuwe huisvesting voor het bureau en bij het zoeken naar een nieuwe directeur. In september trad [Matthijs van der Lely](#) aan als bestuurslid.

Aan het einde van 2011 bestond het bestuur van de CPNB uit:

[Maarten Asscher](#) (directeur Athenaeum Boekhandel, Amsterdam/Haarlem), voorzitter

[Joop Boezeman](#) (directeur A.W. Bruna Uitgevers, Utrecht), penningmeester

[Anne Rube](#) (directeur ProBiblio, Hoofddorp), vice-voorzitter

[Matthijs van der Lely](#) (directeur Selexyz boekhandels, Houten)

[Hans van Velzen](#) (directeur Openbare Bibliotheek Amsterdam)

[Geneviève Waldmann](#) (directeur/uitgever Luitingh-Sijthoff, Amsterdam)

Als assessoren traden op namens de GAU [Paula Vrolijk-de Vries](#), namens de KBb [Joost van der Weide](#) en namens de VOB [Ap de Vries](#).

De convenantpartners betalen elk een gelijke jaarlijkse bijdrage aan de CPNB. Met elkaar belopen deze bijdragen ruim 15% van de baten van de CPNB. De overige baten komen uit campagne-inkomsten, sponsoring en incidentele bijdragen van overheden, publieke en private fondsen. De jaarlijkse bijdragen stellen de CPNB in staat aan leden van de drie bonden campagnematerialen tegen kostprijs aan te bieden en aanloopverliezen op nieuwe activiteiten te dekken.

De jaarrekening over 2011, aangevuld met een tekstuele verantwoording, is goedgekeurd door accountant BDO.

Boekenweek







Wake-up call

Er omheen draaien heeft weinig zin: de Boekenweek 2011 roept gemengde herinneringen op. Direct na het slotweekeind barstte een stroom van kritiek van de zijde van boekenvakkers los. En in de media verbreedde die stroom zich tot een stroom noodlotsberichten over het boek. Wat gebeurde er echt? Voornamelijk dit. Na een reeks van voorspoedige jaren was in 2010 de boekenmarkt gekenterd, naar een heel klein minnetje in verkochte aantallen en een iets grotere min in euro's. Toch sprongen de periodes waarin de grote CPNB-campagnes liepen, er nog goed uit. Sinterklaas en Kerstmis waren slecht, maar daarvan kreeg vooral de sneeuw de schuld. In de eerste weken van 2011 was er herstel en dat voedde de verwachting dat met de Boekenweek de vertrouwde draad weer opgepakt kon worden. Niet dus. Vanaf februari zette het 'koopvacuüm' met volle kracht in en tastte in maart voor het eerst ook een CPNB-campagne aan. En de CPNB-campagne van dienst, dat was deze Boekenweek. Het was voor alle betrokkenen een koude douche en dat verklaart ook de heftig teleurgestelde reacties. Bedenk daarbij nog dit: door de snelle opgang van het online winkelen worden de lasten van de teruggang in de markt beslist ongelijk verdeeld. Intussen is bij alle betrokkenen de gewinning daar. Ook de CPNB opereert vooralsnog in een krimpende markt, zij zal alle kansen moeten creëren om de effec-

tiviteit van haar eigen campagnes op peil te houden en liefst op te voeren.

Terug naar de Boekenweek. Met Kader Abdolah's Boekenweekgeschenk *De kraai*, massaal besteld. Met het thema *Curriculum vitae – Geschreven portretten*, dat biografieën, autobiografieën, dagboeken en egodocu-



Kader Abdolah



Anne Frank



Louis van Gaal



Vincent van Gogh

menten in de schijnwerpers zette. Met het bijzondere Boekenweekessay *Good Luck* van Christine Otten en Erik Kessels, in *NRC Handelsblad* aangeduid als het mooiste boek dat ooit door de CPNB werd uitgegeven. Met het Boekenbal, traditierijk, maar voor het eerst met een gastenboek.

En met een aantal vernieuwingen. Want ook voor de ontvrunderende ontknoping gold al: tijdens de verkoop gaat de verbouwing gewoon door. We noemen vijf vernieuwingen.

e-Boekenweekgeschenk

De kraai werd het eerste Boekenweekgeschenk dat ook als e-boek verkregen kon worden. Dat ging op twee manieren. De CPNB voorzag boekverkopers van gecodeerde vouchers die ze bij het papieren geschenk konden meegeven. Met zo'n voucher kon een klant een e-geschenk downloaden; hij kreeg dan in feite twee versies van *De kraai* voor hetzelfde geld. Waarbij het boekje het geldige treinkaartje was voor de vrij reizen-zondag van NS. Er waren 3.000 ontvangers van het geschenk die van de optie om de tekst ook te downloaden gebruikmaakten.

De andere oplossing was nodig voor klanten die voor € 12,50 aan e-boeken kochten – wat in de praktijk vooral bij webwinkels gebeurt. Die winkels konden hun klanten een e-geschenk bieden, dat hen achteraf door de CPNB in rekening werd gebracht. Aan deze e-geschenken was een beginpagina toegevoegd die voor treinkaartje doorging. Het aantal e-geschenken dat langs deze weg werd afgenomen, was 3.800.

Boekenweek Live

Jarenlang zijn Boekenweekactiviteiten voor het voortgezet onderwijs beperkt gebleven tot lessuggesties rond het Boekenweekthema. In 2011 was er eindelijk weer eens sprake van een nieuw initiatief. In samenwerking met Stichting Lezen ontwikkelde de CPNB een interactieve literatuuruitzending voor scholieren. Daarbij werden nieuwe media over de volle breedte ingezet. De uitzending kon live gevolgd worden in elke bibliotheek met een goede internetverbinding en een groot scherm. Waarbij

41.570 exx.



944.650 exx.

KADER
ABDOLAH
DE KRAAI

82.050 exx.



135.150 exx.

de bibliotheken opgeroepen werden om scholieren naar binnen te halen om de uitzending bij te wonen. Via sms en Twitter konden die scholieren zich in de uitzending mengen, terwijl met enkele geselecteerde bibliotheken ook via skype contact werd onderhouden. Het onderwerp: *Een schitterend gebrek* van Arthur Japin. Presentatie: Khalid Boudou. Centrale plaats van handeling: de Openbare Bibliotheek Amsterdam, in aanwezigheid van de auteur en scholieren uit het hele land. Het werd die 23ste maart een levendig uurtje dat de aanstichters het gevoel gaf dat een kansrijk initiatief geboren was. En... *trending topic* op Twitter.

Luxe essay

Het themaessay *Good Luck* bevatte het verhaal dat Christine Otten schreef bij een door Erik Kessels gevonden foto-album. Het verscheen met de foto's in kleurendruk in een hardcover, voor een prijs van € 6. In het boek beschreef Christine Otten de geur van het gevonden foto-album als: 'een mengeling van talkpoeder, oud stof, zoet cocosachtig parfum, aarde en schimmel'. Daar lag de oorsprong van het idee om van *Good Luck* ook nog een luxe-editie te maken, verrijkt met een speciaal ontworpen parfum. Al ruikend en keurend brachten Christine Otten en Erik Kessels een dag door bij Annindriya Perfume Lounge in Am-

sterdam en het resultaat was de speciale *Good Luck*-parfum, met 'fruitige top-akkoorden', een 'bloemig hart' en een 'houtachtige, tikje dierlijke base'. Boek en fles werden in een luxe box verwerkt en deze kwam voor € 24,95 in de winkels. Omdat geuren zulke sterke herinneringen tevoorschijn kunnen roepen.

Thema-expositie

De Koninklijke Bibliotheek en het Nationaal Archief in Den Haag haakten met de expositie *Geschreven portretten* bij het thema van de Boekenweek aan. Van 4 maart tot en met 29 mei toonde deze expositie eigenhandig geschreven documenten van 50 beroemde Nederlanders. Op initiatief van de CPNB konden bibliotheken in de twaalf provinciehoofdsteden tijdens de tweede week van de Boekenweek allemaal één topstuk uit de collectie van KB/NA exposeren. Zo kwamen in de Boekenweek een brief van Mata Hari naar Leeuwarden, een liefdesbrief van Thorbecke naar Zwolle en een brief van Annie M.G. Schmidt naar Middelburg. Onder het motto *Geschreven portretten op reis* leverde het Prins Bernhard Cultuurfonds financiële ondersteuning.

Afsluiting in Carré

Om de Boekenweek ook nog aan een welluidend slotmoment te helpen, werd op zondag 27 maart een ochtendbijeenkomst belegd in Koninklijk Theater Carré te Amsterdam. Onder het motto *De vrouwen van Kader Abdolah* ging de auteur van het Boekenweekgeschenk in gesprek met vier vrouwelijke bruggenbouwers, door hemzelf uitgekozen. Achtereenvolgens passeerden het joodse verhaal van Hanneke Groenteman, het migrantenverhaal van Nebahat Albayrak, het Indische verhaal van Joty ter Kulve en het oer-Nederlandse verhaal van Yvon Jaspers de revue. Bij wijze van intermezzo kwam Ruud Lubbers in zijn hoedanigheid van voorzitter van de Stichting voor Vluchtelingen-Studenten UAF de uitslag bekendmaken van de Boekenweekactie 'Welk boek raadt u een vluchteling aan?' *Hoe God verdween uit Jorwerd* van Geert Mak bleek de winnaar van deze UAF-actie. Karin de Groot leidde de ochtend in goede banen.



3.619 exx.



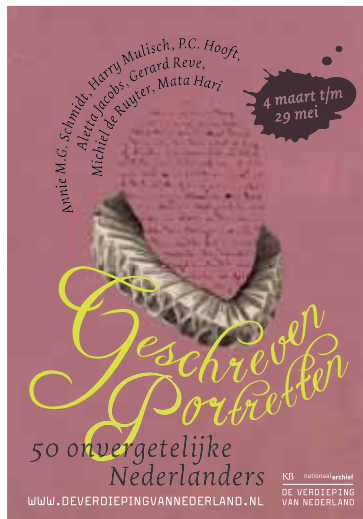


Met Kader Abdolah de trein in

Ruim 200.000 reizigers namen op zondag 20 maart gratis de trein op vertoon van het Boekenweekgeschenk. NS legden tussen Delft en Utrecht een speciale trein in, gevuld met verhalenvertellers uit verschillende culturen, onder aanvoering van Kader Abdolah. Daarbij waren Gerda Havertong, Jan Terlouw, Howard Komproe, Ernest van der Kwast, Hanneke Groenteman en schaatser Mark Tuitert. Tussen 23 en 26 maart liep een radiocampagne met vier spots, bedoeld om de tweede week van de Boekenweek te ondersteunen. Bibliotheken wierven nieuwe leden, die ze konden verwelkomen met een Boekenbon van € 5 en een voucher waarmee in de boekwinkel het Boekenweekgeschenk opgehaald kon worden. Voor trouwe leden

hadden de bibliotheken een exemplaar klaarliggen van het *Geschreven portret* van Kader Abdolah. Dat is het introductieboekje op leven en werk van de geschenkauteur dat in voorgaande jaren onder de noemer *Boekenweek cv* verschenen was. Onder de vleugels van Stichting Schrijvers School Samenleving

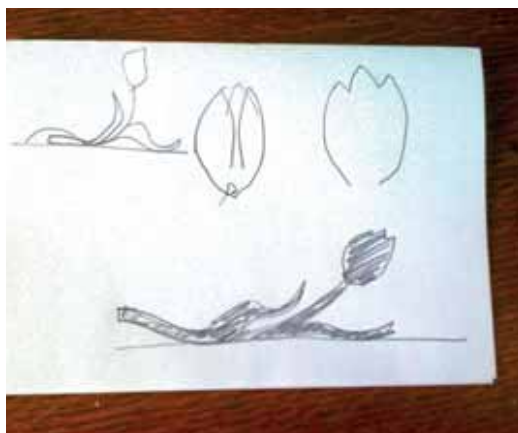
ondernam Kader Abdolah een intensieve toernee langs 24 overvolle boekwinkels en bibliotheken, waar hij zonder uitzondering warm onthaald werd. 'Het leek wel of Sinterklaas zou komen,' zo meldde een boekverkoper. Tot slot de cijfers. De totale boekenmarkt noteerde in de weken 11 en 12 een omzetsdaling van 15,9% ten opzichte van 2010. In de winkels die deelnamen aan de Boekenweek bleef de daling beperkt tot 10,2%.





DE GOUDEN TULP

Nieuwe prijs voor non-fictie



Ontwerp: Jeroen Henneman

In de jaren 2009 en 2010 deed de CPNB eind april een eigen lintjesregen neerdalen in de boekwinkels. Tien informatieve titels met in het oog lopende kwaliteiten kregen een Lintje van de Boekverkooper opgespeld door Dick Anbeek, de voorzitter van de Kbb. Daarop werden de winkels van materiaal voorzien waarmee ze de titels onder de aandacht konden brengen. Tv-spots zorgden voor ondersteuning. Het eerste jaar werd de actie positief ontvangen. Het leek een serieuze poging om het altijd wat moeilijk grijpbare non-fictiegenre op te stoten in de vaart der volkeren. Het jaar erop, toen iedereen aan de opzet van de Lintjes gewend was, bleek toch dat de Lintjesboeken in de winkels te weinig losmaakten. Reden om aan de formule te sleutelen.

Het begin was bekend. Op 24 januari en 15 februari kwamen zeven boekverkoopers bijeen om in stappen naar de uiteindelijke Lintjeskeuze toe te werken. Dat waren Dick Anbeek (De Drukkerij, Middelburg, voorzitter), Ivan Borghstijn (Nawijn & Polak, Apeldoorn), Marcel Borgstijn (bol.com), Grietje Braaksma (AKO), Shirley Bos (Van Delft, Nieuwerkerk a/d IJssel), Amin Usman (RDC | Boekenpartners) en Daan van der Valk (H. de Vries Boeken, Haarlem). Zij kwamen tot negen Lintjes-waardige titels. Tot zover vertrouwd.

In het laatste uurtje van het juryberaad zetten deze boekverkoopers zich aan het uitkiezen van één *overall* winnaar. De winnaar van een nieuwe boekhandelsbekroning voor het informatieve boek, die de naam Gouden Tulp meekreeg en waarvoor Jeroen Henneman gevraagd werd een trofee te ontwerpen. De gedachte achter deze stap is duidelijk: de nieuwwaarde van de actie verhogen en de boekhandel beter uitrusten om er de vruchten van te plukken.

Op 23 februari werden de winnaars van de Lintjes aan de media bekendgemaakt. Daarna ging de actie in de winkels lopen, die – in afwijking van de eerste twee jaar – het winkelmateriaal niet gratis toegezonden kregen maar tegen betaling konden bestellen. Net als



'of je nu student,
crècheleidster,
manager of
hoogleraar bent...'



'enthousiasmeert, geeft
allerhande tips
en trucs'



'echt Hollands
kookboek'



'Wie wil dit
niet cadeau
geven?'



Het Lintje
van de
Boekverkoper
2011



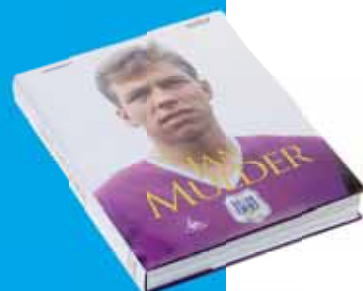
'het ware
verhaal van
een rijk en
enerverend
leven'



'met aandacht
voor detail én
humor'



'letterlijk
veel gewicht
voor betrekkelijk
weinig geld'



'prachtig
tekst- en
beeldverslag'



'een must-have
voor in
de reistas'



de eerste twee jaar werden ze ondersteund met een tv-campagne.

De dag van de Gouden Tulp was maandag 18 april, op een bijeenkomst in Ottone te Utrecht. Cornald Maas trad op als presentator. De juryleden Amin Usman, Daan van der Valk en Dick Anbeek lazen elk van drie bekroonde boeken fragmenten uit het juryrapport voor en reikten de winnaars hun Lintje uit. Daarna onthulde Dick Anbeek dat *The Sound of the Westcoast*, combinatie van boek en vier cd's samengesteld door Leo Blokhuis (Ambo/Universal Music), de winnaar van de Gouden Tulp was. Speciale gast en Americanakenner Mart Smeets kwam bij verrassing op om Blokhuis de prijs te overhandigen. Een prijs waaraan behalve de Henneman-sculptuur een bedrag van € 10.000 verbonden is. Tot slot zong Iain Matthews – Brits zanger die via de Westcoast tenslotte in Limburg is neergestreken – het nummer *These Days*, dat in zijn 1973-versie op Blokhuis' cd-bloemlezing voorkomt. Conclusie: de toevoeging van de Gouden Tulp is een stap vooruit, maar de campagne is nog niet af. Wordt vervolgd.



4 EN 5 MEI

Slanke boekjes, stevige inhoud

De samenwerking tussen de CPNB en het Nationaal Comité 4 en 5 mei kwam tien jaar geleden tot stand. Elk jaar fungeert de CPNB als co-uitgever van het boekje met de toespraken die op 4 en 5 mei worden gehouden.

Op 4 mei, voorafgaande aan de Nationale Herdenking op de Dam in Amsterdam houdt een schrijver een voordracht in De Nieuwe Kerk. Dit jaar was het Willem Jan Otten die de 1.700 aanwezigen, onder wie koningin Beatrix, prins Willem-Alexander en prinses Máxima, boeide met zijn verhaal *Een eisprong in 1945*. En in de ochtenduren van 5 mei hield Jaap de Hoop Scheffer, politicus in ruste en nu hoogleraar, in de Sint Eusebiuskerk in Arnhem zijn voordracht *#Vrijheid: meer dan een bericht*.

In de samenwerking met het Nationaal Comité 4 en 5 mei is de rol van de CPNB in naam die van co-uitgever; in feite verzorgt de CPNB voor het Nationaal Comité de productie van de boekjes, de verspreiding naar alle openbare bibliotheken en de verkoop via boekwinkels. Deze laatste staat al jaren onder druk. De CPNB en het Nationaal Comité bezinnen zich op wat hierop het beste antwoord is.



Willem Jan Otten



JACHT OP DE JONGE LEZER

Dioraphte

Jongerenliteratuur Prijs

Geen categorie lezers is moeilijker te benaderen dan zij die in de buurt zitten van de grens tussen kinderboeken en boeken voor volwassenen. Kort samengevat loopt die grens tussen de onderbouw en de bovenbouw van het voortgezet onderwijs. Concurrerende media, vooral de sociale, het onderwijsprogramma, de hormonen en de *peer pressure* – puber zijn is waarlijk geen sinecure.

In 2010 beleefden we een nieuw initiatief dat mikt op lezers van 15 tot 25 jaar. De Nederlandse en de Vlaamse Stichting Lezen, het Cultureel Jongerenpaspoort in Nederland en Vlaanderen, het Nederlands Letterenfonds en Boek.be zetten samen met steun van de Taalunie een Grote Jongeren Literatuurprijs op. Met een winnaar in de categorie ‘Nederlandstalig’ en een winnaar in de categorie ‘vertaald’.

In 2011 vonden zij het particuliere vermogensfonds Dioraphte bereid om zijn naam aan de prijs te geven. Zoals Dioraphte – de letters van de naam Aphrodite in de blender gegooid – ook doet met enkele prijzen in andere sectoren van de cultuur. In het geval van de literatuur voor jongeren ging deze bereidheid verge-

zeld van een investering door Dioraphte van € 45.000. Naast de twee juryprijzen, met Ronald Giphart als juryvoorzitter, kwam er een publieksprijs. Daarvoor kon de hele maand april gestemd worden via cjp.nl en cjp.be. De stemmers konden hun keuze maken uit de longlist voor de juryprijzen of een titel van eigen voorkeur invoeren. De CPNB werd gevraagd de feestelijke prijsuitreiking te organiseren.

Die was op dinsdag 17 mei in het MC Theater op het Amsterdamse Westergasfabrieksterrein, met Isolde Hallensleben als presentator. De Nederlandse juryprijs ging naar Benny Lindelauf voor *De hemel van Heivisj* (Querido), bij de vertaalde boeken koos de jury voor *Ik ben de sterkste* van Christian Frascella, in de vertaling van Henrieke Herber (Moon). En de lieveling van het stemmende publiek bleek *Mama Tandoori* van Ernest van der Kwast (Nijgh & Van Ditmar). Voor ieder van de drie prijswinnaars was er € 15.000, in het geval van *Ik ben de sterkste* te verdelen tussen auteur en vertaler.

In 2012 wordt de CPNB breder bij de organisatie betrokken.







Juni - Maand van het Spannende Boek

Aanbod, actie, reuring

Na vier maanden van slapte in de boekhandel gaf de maand juni een opleving te zien. De boekenomzet over die maand kwam op hetzelfde niveau uit als een jaar eerder, om precies te zijn op een min van 0,3%. Juni is ook steevast de Maand van het Spannende Boek. Boekwinkels die hieraan deelnamen noteerden over juni met Nederlandstalige boeken – en dat zijn bijna alle boeken – een omzetplus van 6,6%. Er kan dus gesproken worden van een succesvolle campagne. Dat lag voor een belangrijk deel aan de invulling door de uitgevers; boekverkopers roemden het sterke titelaanbod en de prijsacties van uitgevers als Ambo | Anthos, A.W. Bruna en Luitingh-Sijthoff. *In mijn dromen*, de nieuwe thriller van Simone van der Vlugt, verscheen in de loop van de maand, wat herhalingsbezoek aan de winkels uitlokte. Ook in de uitleningen van de openbare bibliotheken sprong het thriller-aandeel omhoog.

De CPNB zette met het motto *Galg & rad. Misdaad door de eeuwen heen* de schijnwerper op de historische thriller. De keuze voor de auteur van het geschenkboekje sloot daar toevallig naadloos op aan.

Het Italiaanse schrijversechtpaar Rita Monaldi en Francesco Sorti heeft zich immers toegelegd op het schrijven van thrillers rond historische personen. In Italië vinden ze geen uitgever meer, omdat het Vaticaan *not amused* door hun boeken is. Maar in Nederland hebben ze een hecht publiek opgebouwd. Speciaal voor Juni – Maand van het Spannende Boek schreven ze met *Versluiering* een nieuwe episode uit het leven van de castraat, diplomaat en spion Atto Melani. De boekwinkel kon deze cadeau doen aan ieder die voor € 12,50 aan Nederlandstalige boeken kocht. De bestelde oplage kwam tussen die van vorig jaar en 2009 uit. Waarbij aangetekend kan worden dat de e-versie van *Versluiering* ook nog bijna 10.000 keer gedownload werd. Het was voor de eerste maal dat de winkelklanten uitdrukkelijk moesten kiezen of ze hun geschenk als een papieren boek of een voucher voor een e-boek wilden ontvangen. Net als voor het papieren geschenk betaalden de winkels de CPNB voor de e-variant, niet vooraf na levering maar achteraf per download.

Op 24 en 25 maart gingen journalisten van *De Telegraaf*, *Algemeen Dagblad*, *Het Parool/GPD*, *Spits*, *esta* en *Boekblad* op persreis naar Florence. In gezelschap van Monaldi & Sorti en hun vertaler Jan van der Haar bezochten ze een aantal historische plekken in de oude stad, die een rol spelen in *Versluiering*. Ook bekeken ze oude brieven van de hand van Atto Melani, die echt bestaan heeft.

Naast alle historische rijkdom had ook het heden nog wat bijzonders te bieden: het was dit jaar 25 jaar geleden dat het Genootschap van Nederlandstalige Misdaadauteurs (GNM) werd opgericht. Die



52.050 exx.

32.840 exx.

836.250 exx.



Thriller Wissel met Monaldi & Sorti

25 jaar is een periode van drievoudige emancipatie geworden: van de thriller ten opzichte van de roman, van de Nederthriller ten opzichte van thrillers van Engelstalige en Scandinavische herkomst, en van de Nederlandse thrillerschrijfsters ten opzichte van hun mannelijke collega's. Juni – Maand van het Spannende Boek is van die emancipaties een belangrijke aanjager geweest.

Allemaal ruim voldoende reden voor het GNM en de CPNB om de handen ineen te slaan om dit jubileum te vieren. Dat gebeurde met de verhalenbundel *Stille getuigen*, vrucht van de samenwerking met een derde medeplachtige, het Nederlands Forensisch Instituut (NFI) in Den Haag. Vorig jaar had deze instelling, die een groot aantal hoogst specialistische onderzoeksdisciplines onder één dak verenigt, al een waardevolle bijdrage geleverd aan de openingsavond van Juni – Maand van het Spannende Boek. Nu bleek het NFI bereid om 25 van zijn specialisten te koppelen aan evenzovele auteurs om die auteurs van materiaal te

voorzien voor een kort verhaal rond een onderzoekstechniek. Het leverde een lezenswaardige en gevarieerde bundel op, die in twee edities werd uitgebracht. Voor de bibliotheken was er een editie om weg te geven aan hun leden. En voor de boekwinkel kwam er een luxe-editie om voor € 7,50 te verkopen, die verrijkt was met een kleurenkatern over het werk van het NFI. Ook bood het NFI gastvrij onderdak aan de persconferentie over Juni – Maand van het Spannende Boek. Op maandag 19 april vond deze plaats in de langwerpige catacombe waar normaliter de schietproeven plaatsvinden. Juryvoorzitter Inge Ipenburg maakte de genomineerden voor de Gouden Strop bekend: *De handen van Kalman Teller* van Gauke Andriessen, *Bonita Avenue* van Peter Buwalda, *Herenboer* van Lupko Ellen, *De duim van Alva* van Kisling/Verhuyck en *De imker* van Jacob Vis. CPNB's Esther Scholten presenteerde het jaarlijkse dossier over het spannende boek. Het meest saillant daarin was dat in het overzicht van de 60 bestverkochte thrillers van het



afgelopen jaar de Nederlandse auteurs met 23 titels sterker dan ooit vertegenwoordigd waren.

Op dinsdag 31 mei opende De Melkweg in Amsterdam weer zijn deuren voor de Avond van het Spannende Boek, *kick-off* van de Maand en feestelijke bijeenkomst van thrillend Nederland. Ook het betalende publiek weet de weg naar deze avond inmiddels te vinden: voor het eerst was De Melkweg uitverkocht. Voor een bomvolle zaal bracht GNM-voorzitter

Willem Asman verslag uit van de jurering voor de Schaduwprijs voor het beste thrillerdebuut. Bram Dehouck, vorig jaar winnaar van zowel Gouden Strop als Schaduwprijs, maakte bekend dat de Schaduwprijs gewonnen was door Linda Jansma met *Caleidoscoop* (Verbum Crime). Daarna ontsluiserde Inge Ipenburg dat Gauke Andriessen de winnaar van de Gouden Strop was. Samen met Jos Boot van Gouden Strop-sponsor The Read Shop reikte ze hem de prijs uit, een cheque van € 10.000 en een nieuw vervaardigde,

blinkend witte sculptuur, gemaakt door Marianne van den Heuvel. Daarna verspreidde het publiek zich over de andere zalen van De Melkweg voor een goed gevuld programma. Onder de geïnterviewden bevonden zich David Hewson, Boris Dittrich en de eregasten Monaldi & Sorti. Kate Mosse moest wegens familieomstandigheden op het laatste moment verstek laten gaan. Gelukkig kon zij vervangen worden door niemand minder dan Nicci French. In

de Literaire Rechtbank ging het om *Het diner* van Herman Koch, met de auteur zelf als getuige/deskundige.

Ook werd tijdens de Avond van het Spannende Boek een begin gemaakt met een digitaal thrillerfeuilleton, onder het motto *Tweet the Plot*. Daarin konden actieve twitteraars samen met gevestigde auteurs schrijven aan een *twiller*, een nieuw type misdaadroman – om zo te zeggen *crowdwriting*. Het resultaat werd het verhaal *Wie een kuil graaft...*, na afloop van





Vlnr: Jos Boot, Gauke Andriessen en Inge Ipenburg

Juni – Maand van het Spannende Boek door Simon de Waal tot een geheel gemaakt uit bijdragen van 122 twitteraars. Het werd door de CPNB online gezet. Op 1 juni organiseerde NS in de stationshal van Leiden de jaarlijkse Thriller Wissel. Met hulp van de uitgevers stond daar een aantal goed gevulde boekenkasten klaar. Het publiek kon er gelezen thrillers ruilen voor nieuwe. Monaldi & Sorti kwamen signeren. Tegelijk waren er mini-Thriller Wissels op

de stations van Amsterdam, Den Bosch, Groningen en Utrecht.

De media-aandacht voor het spannende boek waai-erde breed uit, van de traditioneel boekvriendelijke media tot in *Nieuwsuur*, *Viva*, *Libelle*, *Veronica Magazine* en *Tros Kompas*. TV Rijnmond maakte een special *Stille getuigen*, waarin te zien was hoe René Appel, Daniëlle Hermans, Loes den Hollander en Chris Rippen optrokken met 'hun' specialist van het NFI.



DE BEST VERZORGDE BOEKEN

Mooiste van het land?

Van de wereld!



Schönste Bücher aus aller Welt, Leipziger Buchmesse

Op vrijdag 10 juni stroomde het auditorium in het Stedelijk Museumgebouw aan de Amsterdamse Paulus Potterstraat vol voor de opening van de expositie van De Best Verzorgde Boeken 2010. Het keurcorps van boeken was samengesteld door een jury bestaande uit de ontwerpers Vanessa van Dam en Jan de Boer, Atlas-uitgever Erna Staal, Ando-drukker Fokko Tamminga en Ada Lopes Cardozo, hoofddocent aan de Koninklijke Academie van Beeldende Kunsten in Den Haag. Ook deze expositie was weer vormgegeven door Herman Verkerk en Paul Kuipers van Event-Architectuur. Niels Schrader was de ontwerper van de catalogus *The Best Dutch Book Designs 2010 De Best Verzorgde Boeken*, die diezelfde dag verscheen. De juryselectie van 33 boeken vormde tevens de Nederlandse inzending naar *Schönste Bücher aus*



NU OOK LOKAAL

Moederdag, vaderdag

In Nederland wordt jaarlijks voor miljarden euro's cadeaus gegeven. Het boek is op die imense markt een vertrouwde factor, hoewel eerder als afzet- dan als omzetmaker. Dat komt omdat er de nodige cadeautypes zijn waarin nu eenmaal meer geld omgaat – juwelen, huwelijkscadeaus.

Ook op de cadeaumarct zijn de marktaandeelen niet in beton gegoten. En daarom is het goed dat het boek bij verschillende cadeaumomenten in het jaar aan de weg timmert. Moederdag en Vaderdag zijn zulke momenten.

Voor beide gelegenheden werden drie nieuwe spots gemaakt, op het bekende stramien van de onzincadeaus, met *Van boeken krijg je nooit genoeg* als pay-off. Stemmen van Kees Hulst, Carla Hardy en Wim T. Schippers.

In de dagen van 4 tot en met 7 mei gingen de Moederdagspots de lucht in, via Radio 1, Radio 2, Radio 3FM, Radio 538, Radio 10 Gold, 100% NL, Arrow Classic Rock, BNR Nieuwsradio, Kink FM, Q-Music, Sky Radio, Slam!FM, Veronica, de regionale en voor het eerst ook een aantal lokale zenders.

De Vaderdagspots, rond smartlappenworkshops, een stappenteller en een verstelbare riem, liepen van 14 tot en met 18 juni volgens een vergelijkbaar uitzendschema.

Wat kosten zulke campagnes nu eigenlijk? Ditmaal uitzonderlijk weinig. Want de prijzen die de CPNB vorig jaar gewonnen had bij de RAB Awards – twee maal voor bruto € 75.000 radiozendtijd – werden bij deze gelegenheid met liefde verstookt. Ook het Centraal Boekhuis leverde een financiële bijdrage aan de campagne.

aller Welt in Leipzig, de internationale schoonheidswedstrijd voor het boek. Daar viel de hoofdprijs, de Gouden Letter, toe aan een Nederlands boek, *Atlas of the Conflict Israel – Palestine* (Uitgeverij 010) van de Israëliëse architect Malkit Shoshan en de Nederlandse ontwerper Joost Grootens, die de laatste jaren al sterk de aandacht trok met zijn infografische innovaties.

Daarnaast was er in Leipzig een zilveren medaille voor het handboek *Bemoeizorg* (De Tijdstroom), ontworpen door René Put, en twee bronzen medailles. De een voor de fotodocumentaire *...en Willem* van Willem Popelier (post editions), ontworpen door Robin Uleman. En de ander voor *Gerd Arntz*, samengesteld door Ed Annink en Max Bruinsma (Uitgeverij 010), ontworpen door het Haagse bureau Ontwerpwerk.

Papierleverancier Antalis, collectieve rechtenbeheerder BNO/Pictoright en L. van Heek Textiles, fabrikant van boekbandmaterialen, maakten jurering, catalogus en exposities van De Best Verzorgde Boeken 2010

mogelijk. In de organiserende Stichting De Best Verzorgde Boeken werkt de CPNB samen met ontwerpersorganisatie BNO en de Grafische Cultuurstichting.

DE BEST
VERZORGDE
BOEKEN







Nederlandse Kinderjury

Senaat jubileert en geeft Pluimen



De Nederlandse Kinderjury focuste dit jaar op hoe je keuzes maakt als je naar het beste boek op zoek bent. Van 1 februari tot en met 13 mei konden kinderen van 6 tot en met 12 jaar stemmen op hun favoriete boeken, althans voor zover ze in 2010 verschenen waren. Vanouds is de Kinderjury opgesplitst in twee leeftijdscategorieën, 6-9 jaar en 10-12 jaar. Bij het bepalen van hun keuze werden de kinderen ondersteund met twee Tiplijsten van 25 boeken, samengesteld met medewerking van boekverkopers en jeugdbibliothecarissen. Het weggeefcadeau voor stemmers was een leeslichtje dat je om je vinger kon binden. Om door te kunnen gaan met lezen als het licht uit is.

Nieuw was dat bibliotheken via hun vakinformatiedomein op de website van de CPNB inzage konden krijgen in de eigen stemresultaten en zo een lokale Kinderjurywinnaar uit konden roepen.

De vorig jaar geïntroduceerde Kinderjurybus reed weer het land in. Tijdens de stemperiode legde de bus 38 maal aan bij scholen en bibliotheken. De speciaal voor de bus ontwikkelde workshop *Boeken beoordelen* werd 37 maal gegeven. Aan boord van de bus bevonden zich alle boeken uit de Tiplijst, blocnotes met pennen om notities te maken, stemboekjes, stemformulieren, een stembus en een mini-museum met enkele Kinderjury-parafernalia uit het verleden.





Kinderjurybus

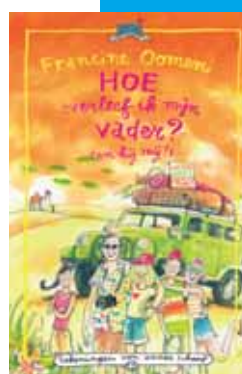
Denk aan authentieke Geronimo Stilton-kaaskorsten. Om het stemmen voor de Kinderjury te promoten, gaf de CPNB opdracht tot het schieten van vijf filmpjes waarin twee kinderen-op-zoek-naar-het-beste-boek advies vroegen aan mensen die in hun werk vaak voor keuzedilemma's staan. Hieraan verleenden Frank de Boer, Richard Krajicek, boer Martijn (*Boer zoekt vrouw*), presentatrice Viviënne van den Assem en *So You Think You Can Dance*-jurylid Euvgenia Parakhina hun medewerking. De opname van het filmpje met Ajax-hoofdtrainer Frank de Boer vormde tegelijk de aftrap van de stemperiode. De filmpjes werden in de loop van de stemperiode op de Kinderjury site gezet, zodat daar steeds wat nieuws te beleven was. Ook konden bibliotheken de filmpjes op hun eigen website *embedden*.

Na sluiting van de stembussen was het tijd voor de installatie van de Senaat. Omdat vanouds elke provincie één Senaatslid heeft, werd er ditmaal voor gekozen om de Senaatsleden eerst te laten installeren

door hun 'eigen' Commissaris van de Koningin. Op maandag 6 juni en in de ochtend van dinsdag 7 juni kweten de commissarissen of de gedeputeerde die hen vervangt, zich van deze taak. In de middag-uren van 7 juni kwamen de Senaatsleden bijeen in Nieuwspoor te Den Haag, alwaar de voltallige Senaat geïnstalleerd werd door oud-Senaatslid Ed van Thijn. Ze namen de vijf nominaties mee naar huis, de titels die als de meest favoriete uit de stemperiode naar voren waren gekomen. Lezen geblazen.

Op zaterdag 25 juni kwamen de leden van de Senaat bijeen ten huize van de CPNB. De kinderen wisselden hun bevindingen uit en stelden een juryrapport op. Op woensdag 29 juni volgde dan de ontknoping bij een *high tea* in Hotel de Goudfazant te Amsterdam. De Senaatsleden en de circa honderd grootste fans van de kanshebbende auteurs arriveerden per rondvaartboot, de genomineerde auteurs met twee *stretched limo's*. Howard Komproe zorgde voor de presentatie. De winnaars bleken *Fantasia V* van Geronimo Stilton

Nominaties
categorie
6 t/m 9 jaar



Nominaties
categorie
10 t/m 12 jaar





in de rubriek 6-9 jaar (*De Wakkere Muis*) en *Hoe overleef ik mijn vader? (en hij mij!)* van Francine Oomen (Querido) bij de 10-12 jarigen. Vorig jaar had dit duo met hun vorige boeken ook al de Nederlandse Kinderjury aan de zegekar gebonden. De Senaat berichtte over negenvoudig Kinderjurywinnaar Francine Oomen: 'Hoewel Rosa steeds ouder wordt, vindt de Senaat dit boek nog wel echt een kinderboek. Je kunt lezen wat er met je kan gebeuren als je ouder bent, en dat is leerzaam.' *Fantasia V* werd geprezen omdat het boek veel extra's heeft. 'Je kunt krassen, ruiken en kijken.'

Het aantal uitgebrachte stemmen bedroeg ruim 28.000. Omdat de voorkeur van de stemmers voor de Kinderjury over de jaren heen maar traag verandert en omdat de Senaat dit jaar vijf jaar bestond, werd de Senaat de mogelijkheid geboden om twee Pluimen toe te kennen aan de eigen favorieten. Deze gingen naar *Sofie en de pinguïns* van Edward van de Vendel (Querido) en *Dummie de mummie en de tombe van Achnetoet* van Tosca Menten (Van Goor). De Nederlandse Kinderjury wordt gesponsord door ABN AMRO.



Edward van de Vendel

NEVENACTIVITEITEN

In 2011 hadden Eppo van Nispen tot Sevenaer, Gijs Schunselaar en Heleen Tersteeg de volgende nevenfuncties:

Eppo van Nispen tot Sevenaer was

- lid van de Raad van Advies van de Koninklijke Vereniging van het Boekenvak;
- bestuurslid van Stichting De Best Verzorgde Boeken;
- voorzitter van de Datadenktank Nederland van de Record Management Conventie;
- lid van de Programmaraad van Mediawijzer.net;
- bestuurslid van de Stichting Bibliotheek.nl;
- lid van het Samenwerkingsverband Archief, Bibliotheek en Documentatie van de Nederlandse Taalunie;
- lid van de Adviesraad van het Studium Generale van de TU Delft;
- bestuurslid van Werkplaats Spoorzone Delft;
- lid van de Raad van Toezicht van Stichting Delft Marketing;
- lid van de Raad van Advies van TEDx Delft.

Gijs Schunselaar werkte als kwartiermaker voor het Harry Mulisch Museum.

Heleen Tersteeg was bestuurslid van Elspeet Conferenties.



LUISTERBOOM

Boekpromotie op De Parade

Wie in een ander Europees land een boekwinkel binnenloopt, ziet daar vaak luisterboeken breder en prominenter gepresenteerd dan bij ons. Kennelijk is Nederland geen land dat op dit gebied vooroploopt. Eigenlijk vreemd: wij zijn met z'n allen zwaar aan het woon-werkverkeer en je zou denken dat een boek in je oor daar goed bij past.

Hoe dan ook, de spelers op dit terrein laten weten dat de uitrol van het luisterboek nog niet voltooid is. Bij een weliswaar bescheiden marktaandeel noteert het luisterboek nog steeds robuuste groei cijfers.

Waar de grenzen van de markt niet vastliggen, daar is ook plaats voor collectieve promotie. Nu de CPNB de exclusieve focus op het papieren boek inruilt voor aandacht voor het boek in al zijn verschijningsvormen is collectieve luisterboekpromotie voor de CPNB uitdrukkelijk aan de orde.

Een eerste begin werd daarmee gemaakt in de zomermaanden. De terreinen van het zomerfestival De Parade, eerst in Den Haag (1 t/m 10 juli) en daarna in Amsterdam (5 t/m 18 augustus), werden verrijkt met drie luisterbomen.

Luisterbomen? Een Luisterboom is een zwart-houten geval van ongeveer 3,5 meter hoog met onderop een zitbank die acht personen kan bergen. Wie daarop plaatsneemt en op een rode knop drukt, krijgt uit speakers die op oorhoogte zijn aangebracht een audio-fragment te horen. Even een rustig moment tijdens de drukte van De Parade. De ene luisterboom bevatte stukjes uit *Ziezo* van Annie M.G. Schmidt, de tweede werk van diverse columnisten en de derde gedichten van Nico Dijkshoorn. Hij kwam op 1 juli naar Den Haag om de luisterbomen in gebruik te stellen. Piet Hein Eek tekende voor het ontwerp.

Het was een eerste opstap. In 2012 neemt de CPNB de organisatie op zich van de Week van het Luisterboek, die al vanaf 2005 elk jaar gehouden wordt.



ZOMERLEZEN

Van actie naar interactie

In de jaren 2006 tot en met 2009 zorgde de CPNB onder het motto Zomerlezen bij aanvang van de vakantieperiode voor een stevige abri-campagne met lezende BN'ers. Het besluit om daar niet mee door te gaan werd indertijd gerechtvaardigd met het argument dat de julimaand in de boekwinkels steeds verder is uitgegroeid tot een heel drukke en heel belangrijke periode. Dat is nog steeds zo, maar wat betekent dat dan? Dat de mensen geen verdere aansporing nodig hebben om kort voor de vakantie hun bagage met een boeken aankoop te completeren? Of dat de CPNB moet gaan waar de klanten gaan en alles op alles moet zetten om een toch al goede periode nog beter te maken? Bij het besluit om de relatief kostbare abri-campagne niet voort te zetten zei de CPNB weliswaar het eerste, maar toch bleef het kriebelen.

En zo kwam er na een jaar pauze Zomerlezen 2.0, mogelijk gemaakt door een bijdrage van deBoekensalon.nl. De kern daarvan werd gevormd door samenwerking met radiostation Q-music in de vorm van een zgn. non-spotactie. Zo noemt men in de wereld van de commerciële omroep het maken van reclame via de inhoud van de programma's – in plaats van via reclamespotjes. Van 9 juli tot en met 19 augustus speelde Gijs Staverman in de *Goeiemorgenshow* dagelijks het spelletje 'Het verbo-



den woord' waarbij Boekenbonnen en jaarabonnementen op de bibliotheek als prijzen werden ingezet. Het tweede onderdeel van Zomerlezen bestond uit het verspreiden van 10.000 zwerfboeken, vanaf 19 juli in verschillende grote steden. Uitgever Nieuw Amsterdam stelde voor deBoekensalon.nl de zomerse verhalenbundel *Mee naar*

zee samen. Wie de vondst van zo'n zwerfboek meldde op deBoekensalon.nl, maakte kans op een gratis Boekenbon. En wie vervolgens een recensie over dat boek opstuurde, maakte kans op een tweepersoons strandvakantie.

Het sluitstuk van de campagne bestond uit de oproep een foto in te sturen van je favoriete zomerleesplek. Ook hier was een strandvakantie te verdienen. Meer dan de eerdere abricampagnes richt het vernieuwde Zomerlezen zich op potentiële kopers en leners van 20 tot 49 jaar. En deed dat via onderdelen die stuk voor stuk interactief van karakter waren. Voor dit publiek legde de campagne op allerlei manieren verbindingen tussen de zomer, de boekhandel en de openbare bibliotheek. Via dagelijkse aankondigingen van 'Het verboden woord' op de zender en op de site van Q-music, via banners, Twitter, Facebook en nieuwsbrieven werden de verschillende onderdelen van Zomerlezen steeds opnieuw aan elkaar gekoppeld.







Manuscripta



Opgehelderd, afgeslankt, aantrekkelijk

Van zaterdag 3 tot en met maandag 5 september was het op het Amsterdamse Westergasfabriekterrein voor de vijfde maal Manuscripta, de feestelijke opening van het boekenseizoen. Zaterdagavond en zondag voor iedereen, maandag alleen voor boekenvakkers en media.

Net als vorig jaar opende Manuscripta met een zaterdagavondprogramma in twee zalen, MC 1 en het Machinegebouw. Hoofdschotel was de uitreiking van de nieuwe Europese Literatuurprijs voor vertaalde fictie, aan Marie NDiaye voor haar roman *Drie sterke vrouwen* (De Geus, vertaald door Jeanne Holierhoek). Margot Dijkgraaf presenteerde, Philip Freriks interviewde en namens de jury sprak voorzitter Frans Timmermans. Later op de avond waren er gesprekken met onder meer Tessa de Loo, Connie Palmen, John Boyne en Laurent Binet. Het beschikbare aantal kaarten voor het avondprogramma raakte uitverkocht. Teneinde tot een helderder presentatie van het

boekenaanbod te komen, werden de stands van de uitgevers naar genre geclusterd. Zo vonden de uitgevers van kinderboeken onderdak in het Transformatorhuis, de literaire specialisten in de Zuiveringshal en de uitgevers van spanning en non-fictie in de Gashouder. De programmering van de podia op die plekken sloot op deze genres aan. In totaal waren er 93 stands, die 161 imprints herbergden.

In vergelijking met vorige jaren was de podiumprogrammering enigszins afgeslankt, met meer accent op grote namen – Mies Bouwman, Youp van 't Hek, Loes den Hollander, Saskia Noort, Willem Nijholt. Het leverde Manuscripta meer media-aandacht op. Gastprogramma's werden verzorgd door Amnesty International, de Bijzondere Collecties van de Universiteit van Amsterdam, Stichting Lezen, de Vereniging Literaire Tijdschriften, het Nederlands Letterenfonds, de Openbare Bibliotheek Amsterdam, PEN, het Vlaams Fonds voor de Letteren, *de Volkskrant*, *Vrij*



Jeanne Holierhoek, Marie NDiaye en Frans Timmermans



Nederland en de VPRO. In Ketelhuis 2 stonden strips en striptekenaars centraal: Theo van den Boogaard, Hein de Kort, Peter van Straaten, Peter de Wit. Omdat tegelijk met Manuscripta de boekenbeurs in Beijing gehouden werd, met Nederland als themaland, waren ook enkele onderdelen aan dat evenement en aan China gewijd. De kookstudio van Mr. Kitchen was er weer, ditmaal met Tom Kellerhuis, Marion Pauw, ijsmaker Kees Raat, vinologen Harold Hamersma en Nicolaas Klei, en Puck Kerkhoven, specialist op het gebied van studentenklikjes. Noemen we tot slot enkele van de presentatoren zonder wie al die prachtprogramma's ondenkbaar zijn: Willem Asman, Arie Boomsma, Arjen Fortuin, Isolde Hal-lensleben, Arjan Peters.

Er was meer ruimte gegeven aan programmering op buitenpodia. Daarop waren onder meer Sara Kroos, Ellen Deckwitz en Alma Mathijssen te zien.

Programmaonderdelen liepen vooruit op Nederland Leest, later in de herfst. In het Machinegebouw ging Philip Freriks in gesprek met Remco Campert, terwijl in Ketelhuis 3 een inspiratiesessie plaatsvond voor *Nederland Leest Live*, het interactieve programma waarvan de formule eerder in het jaar tijdens de Boekenweek ten doop gehouden was.

Er was een aparte uitnodiging aan aspirant-schrijvers onder het publiek met een publicatieklaar manuscript. Zij konden met dat manuscript zondag naar Manuscripta komen om het te laten uitgeven als paperback of e-boek. Het was een stunt van het nieuwe

printing on demand-platform mijnbestseller.nl, waar bij zich al de boekhandels Paagman, Plantage Benissimo en Plantage Vermeer aangesloten hadden. Wie het avontuur aandurfde, kreeg een dag later een exemplaar van zijn publicatie via het Centraal Boekhuis gratis thuisgestuurd. Voor degenen die nog niet zo ver waren dat ze hun manuscript konden laten uitgeven, waren er op Manuscripta verschillende workshops, zoals over het schrijven van korte verhalen.

De KBb zorgde voor de Manuscripta-boekhandel, waar boeken van geprogrammeerde auteurs verkocht werden.

Op de maandag waren de programmaonderdelen natuurlijk meer op professionele interesse gericht. Onder meer kwamen zelf-uitgevendende boekwinkels, de kansen van Facebook, de Boekenbon-cadeaukaart, BoekStart en verschillende remedies tegen het krimpen van de markt aan de orde.

De laatste tien dagen voor Manuscripta liep er een advertencampagne op Facebook, waarvoor 21 verschillende advertenties waren aangemaakt. Naast algemene varianten verwezen er advertenties naar de optredens van Nico Dijkshoorn, Harold Hamersma, Kluun en Saskia Noort. Die advertenties mikten uiteraard op hun fans. In de loop der dagen werden de zelden aangeklikte advertenties uit de campagne

gehaald om meer budget vrij te maken voor de vaak aangeklikte. Er was nog een andere Facebookactie: onder nieuwe *likers* van Manuscripta werden nieuw verschenen boeken verloot.

Het bezoekersaantal op de beide publieksdagen gezamenlijk liep op naar 6.000, ruim 10% meer dan vorig jaar. Op de maandag kwamen er 2.500 beroepsmatige bezoekers, eveneens een lichte stijging. Op Twitter was Manuscripta *rending topic*.

Een onderzoek naar de herkomst van de bezoekers liet zien dat Manuscripta tot een landelijk evenement is uitgegroeid. Relatief veel bezoekers kwamen van minimaal een uur reisafstand.

Vorig jaar werd Manuscripta gevolgd door de reclamecampagne Nieuwe Oogst, waarin het publiek via tv-spots geattendeerd werd op twaalf splinternieuwe titels. Helaas lukte het in 2011 niet de benodigde financiering voor zo'n campagne beschikbaar te krijgen. Intussen is duidelijk dat zo'n campagne een voorwaarde is om alle menskracht en middelen die in Manuscripta worden geïnvesteerd, te laten renderen. Vandaar het besluit om in de CPNB-begroting voor 2012 in elk geval ruimte te maken voor Nieuwe Oogst. Tegelijk is besloten de aparte maandag voor beroepsbezoekers op te geven; Manuscripta wordt dan een tweedaags festival op zaterdag en zondag.

TRENDS TWEEPS

#Manuscripta

#50 in laatste uur | #10 in laatste 4 uur | #37 in laatste 24 uur

Versn. overwerkmaaltijden Makkelijk en snel online bestellen Overal in Nederland bezorgd www.versn.nl

Indonesisch Eten Opscht Snel en Indonesisch Restaurant Authentieke Gerechten & Rijsttafels www.opocht.nl

Gezellig Thuis Dinieren in centrum van Amsterdam, 1 min van de Nieuwmarkt. ook voor groepen www.manuscripta.nl



Inekeboe RT [@Angelaviking](https://twitter.com/Angelaviking) Warm hè? Pak een waaiertje van www.manuscripta.nl bij de stand van de Arbeiderspers in de Zuiveringshal stand 64 [#Manuscripta](https://twitter.com/Manuscripta) <http://t.co/AAk1huc>

Op 04-09-2011 om 13:25



Gwena Even een frisse neus halen en rustig buiten lunchen. Het is zo warm binnen [#Manuscripta](https://twitter.com/Manuscripta)

Op 04-09-2011 om 13:25



reintjeg Zo op de fiets naar Manuscripta. Wie komt er mee kwartetten? Om 15.00 uur op het zonnige terrein naast de langste boekenhal

Op 04-09-2011 om 13:25

Top100 afgelopen 4 uur

1. [#beatcancer](https://twitter.com/beatcancer)
2. [#keriedat](https://twitter.com/keriedat)
3. [#durftevragen](https://twitter.com/durftevragen)
4. [#rtwexit](https://twitter.com/rtwexit)
5. [#tweetbreak](https://twitter.com/tweetbreak)
6. [#663j8](https://twitter.com/663j8)
7. [#voetbal](https://twitter.com/voetbal)
8. [#rdtv](https://twitter.com/rdtv)
9. [#audenhor](https://twitter.com/audenhor)
10. [#Manuscripta](https://twitter.com/Manuscripta)
11. [#inf](https://twitter.com/inf)
12. [#wakker](https://twitter.com/wakker)
13. [#amsterdam](https://twitter.com/amsterdam)
14. [#linkjefollowers](https://twitter.com/linkjefollowers)
15. [#vacature](https://twitter.com/vacature)
16. [#goedbezig](https://twitter.com/goedbezig)
17. [#haha](https://twitter.com/haha)
18. [#retweet](https://twitter.com/retweet)



Dorine Holman en Hanna Bervoets



Remco Campert en Philip Freriks



NS PUBLIEKSPRIJS

Elke genomineerde zijn pleitbez

Ondanks het vroege uur was het MC Theater op het Manuscriptaterrein in Amsterdam op zondagmorgen 4 september afgeladen vol. Het waren de leden van de Kernjury die de zaal vulden en ze kwamen voor de bekendmaking van de nominaties voor de NS Publieksprijs 2011. Zes succesvolle, oorspronkelijk Nederlandstalige boeken, verschenen tussen medio 2010 en medio 2011 werden door presentator Karin de Groot uit de hoed getoverd. Op het toneel voerde zij gesprekjes met de genomineerden Peter Buwalda, Arthur Japin, David Van Reybrouck en Esther Verhoef, terwijl ze

zich via een beeldverbinding verstond met Herman Koch en Dick Swaab, op dat moment aanwezig op de boekenbeurs in Beijing.

CPNB-directeur Eppo van Nispen liet de leden van de Kernjury met de hand op het hart beloven dat ze de zes genomineerde titels allemaal zouden lezen. Aan elke genomineerde was een 'lijstduwer' toegevoegd, een prominent die in een kort filmpje uit de doeken deed waarom je op dit ene boek en op geen enkel ander zou moeten stemmen.

Joost Zwagerman deed dit voor *Bonita Avenue*, Joop van den Ende voor *Vaslav*, Guy Verhofstadt voor



orger

NS PUBLIEKS PRIJS

BOEK VAN HET JAAR 2011

Congo, Jeroen van Inkel voor *Déjà-vu*, James Worthy voor *Zomerhuis met zwembad* en Paul Witterman voor *Wij zijn ons brein*. Goede content voor de sites van NS en CPNB, die filmpjes. Erik Beenen, directeur van NS Reizigers assisteerde de schrijvers met de rituele ingebruikstelling van de webpagina-met-stembus. Het papieren promotiemateriaal dat boekwinkels en bibliotheken de afgelopen jaren gratis aangeboden hadden gekregen, is dit jaar komen te vervallen. Het was onvoldoende zichtbaar 'op de vloer'. Alleen

verspreiding van het affiche met de winnaar is gehandhaafd. Wel stelde de CPNB boekwinkels en bibliotheken in de gelegenheid om in te haken door een NS Publieksprijs-stemwidget op hun site te plaatsen, dat is een link die je de gelegenheid biedt je stem uit te brengen zonder dat je weg wordt gelokt van de site waar je op bevindt. Ook konden boekwinkels gepersonaliseerde boekenleggers bestellen met daarop hun eigen website. Daarvan werden er 703.000 afgenomen. De stemperiode zou tot en met 13 oktober lopen.

GOUDEN LIJST

Genieten, huiveren, groeien

Ooit was er een tijd waarin 12 tot 15-jarigen de 'senioren' van het kinderboek waren. Ze vormden een afzonderlijke categorie bij de toekenning van de Griffels en het stemmen voor de Nederlandse Kinderjury. Totdat het niet meer werkte om kinderen die zopas het basisonderwijs achter zich hadden gelaten nog als kind aan te spreken. Daarop kwamen er à la de Kinderjury een aparte Jonge Jury – tegenwoordig georganiseerd door Passionate Bulkboek – en de Gouden en Zilveren Zonen – waarvoor de CPNB een aparte vakjury benoemde. Omdat de jonge pubercategorie er bij uitgeverij en boekverkopers steeds bekaaid afkwam, beëindigde de CPNB in 2008 de toekenning van de Zonen.

In 2011 trok de Griffeljury bij de CPNB aan de bel. Het was de juryleden opgevallen dat er zich onder de inzendingen heel wat boeken bevonden die meer dan geschikt waren om kinderen van 12 tot 15 jaar aan te spreken, boeken 'waarvan je geniet, huivert en groeit.' En dat het heel zinvol zou zijn wanneer die boeken ook daadwerkelijk een jurybekroning zouden kunnen krijgen. Niemand anders doet het toch? Dat heeft de CPNB zich aangetrokken. In korte tijd werd de toekenning in opgezet van een nieuwe bekroning voor de beste jeugdboeken, de ene toe te kennen aan een oorspronkelijk Nederlandstalig boek en de andere aan een vertaling, op voordracht van de Griffeljury. De benaming Gouden Lijst heeft de CPNB te danken aan Ted van Lieshout en Hans Hagen, die indertijd uit protest tegen het stopzetten van de Gouden Zonen de bekroning op eigen houtje hadden voortgezet.

Zo reikte Griffeljuryvoorzitter Gerlien van Dalen op 17 september, tijdens de jaarlijkse Middag van het Kinderboek in de Openbare Bibliotheek Amsterdam, de eerste Gouden Lijsten uit aan Rindert Kromhout en de Engelse auteur Mal Peet. Rindert Kromhout schreef *Soldaten huilen niet*, een historische roman over twee Engelse broers die in de jaren twintig en

dertig opgroeiden in het excentrieke milieu van de Bloomsburygroep (Leopold). Mal Peets roman *Tamar* heeft de Tweede Wereldoorlog als onderwerp, en werd vertaald door Sanne Parlevliet (Van Goor).

Er waren eervolle vermeldingen voor *Achter de stilte* van Beate Teresa Hanika (Lemniscaat), *Als je terugkomt* van Rebecca Stead (Querido) en *Dieven* van Will Gatti (Querido). Ook van deze drie boeken spreken de onderwerpen – respectievelijk incest, onbekende dimensies en straatkinderen – duidelijke taal: voor zover kinderen in de onderbouwleeftijd tot lezen geneigd zijn, kunnen ze stevige onderwerpen aan. Het begin is er, is er opnieuw. Nu gaat het er voor de CPNB om wegen te vinden om de boekhandel in de Gouden Lijsten te interesseren.



EERVOLLE VERMELDINGEN:





Mal Peet en Rindert Kromhout

BUREAU

Wie is wie bij de CPNB?

Gemiddeld over 2011 was de bezetting van het CPNB-bureau 28,0 fte. Aan het einde van het jaar waren er 38 medewerkers in dienst, waarvan 19 parttimers.

De gemiddelde leeftijd van de medewerkers daalde van 37,5 jaar in 2010 naar 35,6 jaar in 2011. Hun gemiddelde diensttijd daalde van 5 jaar en 4 maanden naar 4 jaar en 2 maanden. De CPNB laat daarmee zien vooral in de jeugd te investeren. Het personeelsbestand is in lange tijd niet zo jong geweest.

Begin 2011 werd de projectorganisatie, die jarenlang het functioneren van de CPNB bepaald heeft, vervangen door een matrixorganisatie. Dit omdat de huidige en de komende tijd van de CPNB meer vraagt dan voorheen – en vooral een andere werkwijze.

Gevraagd wordt een boekenpromotor die snel, met kennis van zaken en creativiteit weet in te spelen op de actuele kansen voor de propaganda van het Nederlandse boek. Onderzoek met alle betrokkenen leerde dat daarvoor een flexibeler organisatie gewenst was. De nieuwe organisatie is vormgegeven door middel van een zogenoemde D-structuur. De verschillende afdelingen zijn Dromen (strategie en beleid), Denken (jaarplanning), Duiden (onderzoek), Delen (pers, marketing, communicatie, klantbeheer), Dynamiek (evenementen en campagne-versterking), Dokken (financiën en control) en Duwen (faciliteiten). De verschillende expertisegebieden op het gebied van volwassenen- en jeugdliteratuur en non-fictie zijn intern verdeeld over de diverse werknemers, al naar gelang hun kennis en kunde.

Extern hr-adviseur Wouter Verhoof zorgde voor de begeleiding van deze overgang en legde de basis voor een permanent hr-beleid.

Om het werk van de CPNB nog beter inhoud te geven werd in de nieuwe organisatie meer ruimte gemaakt

voor onderzoek. Dit ook om meer duidelijkheid te kunnen verschaffen over de opbrengsten van campagnes.

Twee nieuw aangetrokken marketeers moeten een betere en meer digitale benadering van de markt waarborgen. Ook is er een medewerker vrijgemaakt om actief fondsen te werven. Maarten Rademaker is als adviseur op het gebied van retailmarketing aangetrokken.

De inspanningen om de deskundigheid van de medewerkers op peil te houden dan wel toe te spitsen, zijn opgevoerd. Enerzijds gebeurt dit door individuele deelname aan cursussen buiten de deur, anderzijds door periodieke personeelsbijeenkomsten in huis, waarvoor steeds een gastspreker wordt uitgenodigd. Tenslotte is het systeem voor financiële administratie nodig aan vervanging toe. Daartoe werden in 2011 de voorbereidingen getroffen.

In 2011 verlieten Lisette de Vreeze, Marieke Verhoeven, Marieke Winkler en Ruth Bergmans de CPNB. In dienst traden Floor Coenen, Leo Huberts, Matthijs van der Meer, Quintus Bosch, Thijs Luijf en Willy Ketting.

Stage liepen Ezra Homan (Literatuurwetenschap, Universiteit Utrecht), Jannemiek van Dorsten (werkervaringsstage) en Ruben Beekmans (Media, Marketing en Publishing, Hogeschool van Amsterdam). Chantal van den Burg, Ezra Homan en Ruben Beekmans vervulden na afloop van hun stageperiode een dienstverband voor bepaalde tijd.

Bureaubezetting per 1 januari 2012



Aafke Komen
Dynamiek, evenementen en
campagne-versterking



Bauke Hondema
Delen, productiebegeleider



Bianca de Groot
Delen, klantenservice



Chantal van den Burg
Dynamiek, evenementen en
campagne-versterking



Charissa Wierdsma
Delen, sponsorwerving en
corporate pr



**Eppo van Nispen
tot Sevenaer**
Directeur



Esther Scholten
Hoofd Denken



Ezra Homan
Dynamiek, evenementen en
campagne-versterking



Floor Coenen
Duwen, directie-secretaresse



Francien Jonge Poerink
Hoofd Dynamiek



Gijs Schunselaar
Adjunct-directeur, hoofd Delen



Heleen Tersteeg
Hoofd Duiden,
onderzoek en advies



Henk van der Does
Duwen, algemeen medewerker



Iris Piers
Dynamiek, evenementen en
campagne-versterking



Joke de Witte
Hoofd Dokken



Leo Huberts
Dokken, financiële administratie



Lidy van Kleef
Dynamiek, evenementen en
campagne-versterking



Maartje Bolt
Dynamiek, jeugdliteratuur
en educatie



Man Ting Ko
Dokken, financiële
administratie



Mariska de Groot
Delen, accountcoördinator,
klantenservice



Mark Hemels
Delen, webredacteur



Marte Schallenberg
Delen, medewerker marketing
communicatie



Mascha Ravelli
Delen, reclamecoördinator



Matthijs van der Meer
Delen, marketeer



Maud Aarsen
Delen, persvoorlichter



Mignon Roeleveld-Visser
Dokken, orderadministratie,
webredactie



Noor Wentholt
Duwen, receptioniste



Oane Bijlsma
Delen, klantenservice



Peter Rosendaal
Delen, persvoorlichter



Quintus Bosch
Delen, marketeer



Roelien Heldt
Dokken, coördinator
gegevensbeheer



Sharon Ullers
Dynamiek, evenementen en
campagne-versterking



Victor Zwaan
Delen, coördinator ICT
en onlineproducties



Wietske Beenen
Duwen, chef de bureau



Willy Ketting
Duwen, receptioniste

FILM BY THE SEA

CPNB Film- en Literatuur Publieksprijs

Al sinds 1999 wordt in september in Vlissingen het festival Film by the Sea gehouden. Het aantal bezoekers beweegt zich de laatste jaren boven de 40.000. In zijn programmering ruimt Film by the Sea veel plek in voor boekverfilmingen. Een jury bestaande uit schrijvers, acteurs en regisseurs onder vast voorzitterschap van Rinus Ferdinandusse beslist over de toekenning van de Film by the Sea Award. Ook in het randprogramma zijn schrijvers goed vertegenwoordigd. In 2011 introduceerde Film by the Sea naast de jurybekroning een publieksprijs voor boekverfilmingen. De CPNB besloot vervolgens deze prijs te adopte-

ren: de CPNB Film- en Literatuur Publieksprijs. Het publiek in Vlissingen en festivaldependance Terneuzen kon voor de nieuwe prijs kiezen uit twaalf recente boekverfilmingen. Op de laatste zondag van het festival, 18 september, waren er in Vlissingen vier CPNB Film- en Literatuurroutes uitgezet, die elk langs drie lokaties liepen waar genomineerde films vertoond werden. De prijs werd gewonnen door *The Help*, de film gemaakt naar een boek dat al twee jaar *still going strong* verkoopt, *Een keukenmeidenroman* van Kathryn Stockett (Mistral). CPNB adjunct-directeur Gijs Schunselaar reikte de prijs uit.



GRIFFELS

‘Aan het aanbod ligt het niet’

Op 6 juni werden de winnaars bekend van de Zilveren Griffels, de jaarlijkse jurybekroning van nieuw verschenen kinderboeken.

In de jury hadden ditmaal zitting Inger Bos (recensent), Eva Riem (leerkracht basisonderwijs), Annemarie Terhell (recensent) en Jasmijn Verhees (boekverkoper). Gerlien van Dalen (directeur van Stichting Lezen) trad op als voorzitter.

De jury kende aan het maximale aantal van tien boeken een Zilveren Griffel toe. Nog eens elf titels werden bij wijze van eervolle vermelding bedacht met een Vlag en Wimpel.

Over het algemeen was de jury zeer te spreken. ‘In de branche mag het wat minder gaan, aan het aanbod ligt het niet,’ meldde het juryrapport. ‘Het landschap van de kinder- en jeugdliteratuur is volop in ontwikkeling en vol van creativiteit en kwaliteit.’ Alleen de kinderen van 6 tot 9 jaar komen er volgens de jury ‘nogal bekaaid’ af.

Op maandag 26 september werden de Zilveren Griffels en de Vlag en Wimpels van de Griffeljury uitgereikt tijdens het Griffeldiner, ditmaal in Hotel de Goudfazant te Amsterdam.

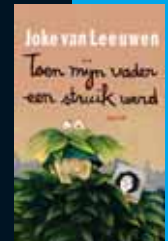
Alle tien de Zilveren Griffelwinnaars waren kandidaat om de Gouden Griffel te winnen. Daarop moesten we nog wachten tot 4 oktober, tot het Kinderboekenbal.

Be^ud
met een
Zilveren
Griffel
2011





MET
vlag EN
wimpel
2011



Be  d
met een
Zilveren
Griffel
2011



MET
vlag EN
wimpel
2011

Prijs de Prijs

En dan was er nog iets. In 2011 was er eenmalig Prijs de Prijs, een bekroning voor de objecten die aan de winnaars van culturele prijzen worden uitgereikt. Ook al krijgt de winnaar van de Gouden Griffel al sinds mensenheugenis een vergulde griffel in een perspex doosje, toch behoorde deze eenvoudige trofee tot de tien nominaties voor Prijs de Prijs. De jury bestaande uit ex-politica Hedy d'Ancona, ontwerper Jurgen Bey en kunstenaar Barbara Visser vond alle tien genomineerde trofeeën even waardevol en kon niet tot een winnaar besluiten.

PENSELEN

Drie maal buitenland

Tegelijk met de Zilveren Griffels – op 6 juni – werden de drie winnaars van de Zilveren Penselen bekendgemaakt, de juryprijs voor het best geïllustreerde kinderboek. Daarnaast had de Penseeljury voor drie boeken een Vlag en Wimpel over. Die Penseeljury bestond dit jaar uit Karen Bertrams (ProBiblio), ontwerpster Irma Boom, boekverkoopster Jolanda Klaassen en Clementine Vrooland, freelance journalist en langjarige Pippi Langkouskenner. Wim Pijbes, directeur van het Rijksmuseum, was juryvoorzitter. Vorig jaar had de Penseeljury gemeld dat de inbreng

van Vlaamse schrijvers, illustratoren en uitgevers het juryreglement ‘ernstig onder druk’ zette. Daarmee werd bedoeld op de bepaling dat het Gouden Penseel is voorbehouden aan een Nederlandse winnaar. Dat bleek van die jury geen bevestiging, want deze jury – vier van de vijf leden jureerden vorig jaar ook – zette de CPNB vierkant voor het blok door de Zilveren Penselen toe te kennen aan de Vlaamse Vanessa Verstappen en aan de Fransen Blexbolex en Joëlle Jolivet. De CPNB besloot daarop dit jaar bij wijze van uitzondering het Gouden Penseel de grens over te laten gaan.

Welkom door Erik van Ginkel,
zakelijk directeur
van het Rijksmuseum



Be  d
met een
Zilveren
Penseel
2011

MET
vlag EN
wimpel

2011





Joëlle Jolivet opent

Be d met het Gouden Penseel 2011



Wat de toekenning van het Gouden Penseel betreft, die bleef na 6 juni nog even in nevelen gehuld. In 2011 heeft de CPNB namelijk voor de Penselen de systematiek overgenomen die al enkele jaren bij de Griffels vigeert: Goud

en Zilver worden niet meer tegelijk bekendgemaakt, maar Zilver fungeert als nominatie voor Goud.

Op woensdag 28 september volgde in het Rijksmuseum Amsterdam de uitslag van de jurering voor het Gouden Penseel. Het ging naar de Franse illustrator Blexbolex, pseudoniem van Bernard Granger, voor zijn album *Seizoenen* (Clavis). 'Is het wel een kinderboek?' vroeg de jury zich af. 'Is hier wel sprake van tekst? Zijn het wel illustraties? Dit spel van gedachtesprongen en gezichtsbedrog vertegenwoordigt een volstrekt eigen kwaliteit.' Ook de Zilveren Penselen en de Vlag en Wimpels van de Penseeljury werden uitgereikt.

Tegelijk werd de expositie *Penselen in het Rijksmuseum* geopend, rond de illustraties van de boeken die een Penseel of een Vlag en Wimpel hadden gewonnen. Deze expositie liep tot en met 21 november.

Tijdens de periode van de expositie bood het Rijksmuseum een workshop *Superheld* aan, waarin het thema van de Kinderboekenweek verbonden werd met traditionele Rijksmuseum-ikonen als Rembrandt,

Michiel de Ruyter en Elisabeth Bas.

De toekenning van het Gouden Penseel aan een Fransman leidde tot enige onrust in de wereld van het kinderboek. Intussen heeft de CPNB besloten dat de gang van zaken in 2011 een uitzondering moet blijven. Het Gouden Penseel blijft voorbehouden aan een Nederlandse illustrator; voor tekenaars uit andere landen komt er een speciale prijs, de Zilveren en Gulden Paletten.

Sinds jaar en dag worden de kosten van de Griffel- en Penseeltoekenning door de Groep Algemene Uitgevers (GAU) gedragen. Het niveau van de bekostiging heeft echter geen gelijke tred gehouden met het niveau van de kosten. De GAU heeft nu laten weten geen ruimte te zien om de ondersteuning op te schroeven. De CPNB gaat op zoek naar andere geldgevers.



DURVEN ZIJN

SUPERHELD

OVER DAPPER

OVER DAPPER

OVER DAPPER

DURVEN ZIJN

**KINDERBOEKWEEK
5 t/m 15 OKTOBER
2011**

**KROOND
DOOR DE SUPER
IN DE KINDERJUR!**

HELDEN



**KIJK NU!
HIER DE HELDEN VAN 2011!
DE OLVERS PEGGELS**

**boek 120
van dick bruna**



HELDEN





Kinderboekenweek

Superhelden!

Van 5 tot en met 15 oktober liep de 57ste Kinderboekenweek. Deze kreeg als thema mee *Superhelden! – Over dapper durven zijn*. Het geschenk voor de Kinderboekenweek heette *Bert en Bart redden de wereld* en was gemaakt door Tjibbe Veldkamp en Kees de Boer – ‘nu met extra aliens’, zo meldde het omslag. Iedereen die voor tenminste aan € 10 aan kinderboeken kocht, kreeg het mee. Voor kinderen die nog niet zelf lezen, was er *De prins op het witte paard*, een prentenboek van auteur Dolf Verroen en tekenaar Thé Tjong-Khing. Dit duo van samen 161 jaar oud kwam met een opvallend modern sprookje over de zoektocht naar ware liefde. De opmaat voor de Kinderboekenweek was de persconferentie, op 5 september tijdens Manuscripta.

Daar hield Jan Paul Schutten een lofrede op superhelden. Rond het Kinderboekenweekgeschenk was een ruim twee minuten durende trailer gemaakt, die er zijn première beleefde. De genomineerden voor de Gouden Lijsten werden bekendgemaakt. En via een ander filmpje waren de toeschouwers getuige van de geheimzinnige verdwijning van de Griffelkoffer met daarin de naam van de Gouden Griffelwinnaar. Normaal gesproken wordt die koffer op een veilige plek in bewaring gegeven. Zou ooit nog boven water komen wie dit jaar de winnaar van de Gouden Griffel was? Het bleek maar weer eens: vertrouwen in de goede afloop hoeft aan de spanning geen afbreuk te doen.

En dan was er *Het Superdapper Kinderboekenbal*, op



Kees de Boer, superheldin, Tjibbe Veldkamp

11.050 exx.



162.600 exx.



421.050 exx.



169.500 exx.



60.850 exx.



dinsdag 4 oktober op de vertrouwde locatie, het Muziekgebouw aan 't IJ te Amsterdam. Kinderen kwamen er naar toe verkleed als hun favoriete held. De Griffelkoffer bleek gelukkig tijdig teruggevonden en de naam die er uitkwam, was die van Simon van der Geest en Dissus, zijn tweede boek, een hervertelling van de Odyssee (Querido). Dissus raakt op weg naar huis 'zwaar verdwaald', vecht met de kraanmachine

Skylla 2000 en weerstaat het gezang van de sirenen, vastgebonden aan zijn bagagedrager. 'Wie Dissus leest, danst op het ritme van de taal,' liet de jury weten. Juryvoorzitter Gerlien van Dalen overhandigde Simon van der Geest de prijs.

ABN AMRO pakt uit

De nieuwe hoofdsponsor van de Kinderboekenweek, ABN AMRO, ontwikkelde een aantal activiteiten om aan dat sponsorschap inhoud te geven.



Zo kwam er voor jeugdleden van de bibliotheek een spaaractie met heldenplaatjes. Kinderen konden in de bibliotheek het Supergrote Superhelden Superplakboek ophalen, het Kinderboekenweekcadeau van de openbare bibliotheek. In het plakboek was plaats voor dertig superheldenplaatjes. Bibliotheken konden de albums bij de CPNB bestellen en kregen de benodigde zakjes met elk vijf stickers cadeau van ABN AMRO. Op de site van de Kinderboekenweek werd de actie ondersteund met een Superhelden Memoryspel. En 500 plaatjesspaarders maakten kans op een opblaasbare ABN AMRO-leesbank. De actie liep door tot het einde van het jaar. Ook al maakten sommige bibliotheken meer werk van de actie dan andere, het is een soort actie dat naar meer smaakt.

Daarnaast entameerde ABN AMRO een zwerfboekenactie, daarbij aanhakend bij de actie Kinderzwerfboek van het Nationaal Fonds Kinderhulp. Kinderen met een welgevulde boekenkast werden opgeroepen om een of meer van hun boeken af te staan aan kinderen die het niet zo breed hebben. Een speciale sticker maakte een boek tot een Zwerfboek. De stickers werden onder andere met de *KinderboekenweekKrant* verspreid. De boeken konden in filialen van ABN AMRO worden ingeleverd. Langs deze weg werden

6.300 zwerfboeken opgehaald – een mooi resultaat. Ten slotte maakte steun van ABN AMRO uitgave van de genoemde *KinderboekenweekKrant* mogelijk: 16 pagina's A3 in een oplage van 800.000 exemplaren. Ze werden naar de basisscholen verspreid. Met deze oplage is een bereik van bijna honderd procent onder zelf lezende leerlingen mogelijk. Bij de *KinderboekenweekKrant* hoorde een digitale les op *kinderboekenweek.nl*, met aparte opdrachten voor onder-, midden- en bovenbouw.

De formule van de jaarlijkse *Kinderboekenmolen* werd aangepast. Het traditionele leeuwendeel van de *Kinderboekenmolen*, informatie over het boekenaanbod, werd geconcentreerd op 24 pagina's A5. Deze waren bevat in 24 pagina's A4, gevuld met allerlei kinderboekennieuws. Het leverde de nodige kritiek van uitgevers- en boekhandelszijde op. Probleem is dat de afname van de *Kinderboekenmolen* gestaag terugloopt. Bekeken wordt welke functie de *Kinderboekenmolen* nog heeft en hoe in die functie het beste voorzien kan worden.

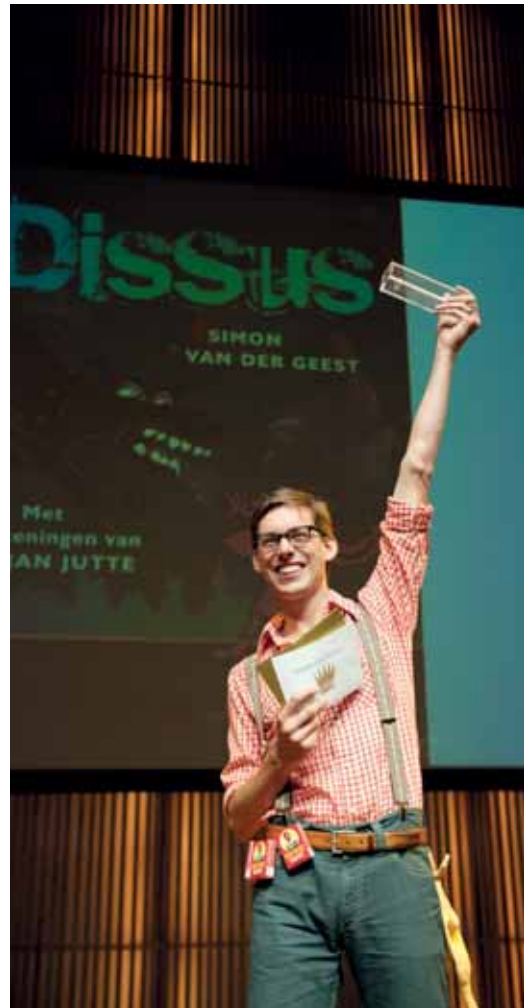
Net als bij de Boekenweek, is er volgens de CPNB bij de Kinderboekenweek plaats voor een slotmanifestatie met landelijke uitstraling. Bij wijze van tussenstap naar zo'n manifestatie haakte de CPNB aan bij de



Haagse Kinderboekenmarkt, al jaren een van de stevigste evenementen in de Kinderboekenweek. Deze vond zondagmiddag 16 oktober plaats rondom het Kinderboekenmuseum van het Letterkundig Museum. Daar liep al sinds 28 september een speciale expositie over het werk van Thé Tjong-Khing, *Van strip tot sprookje*. Deze is nog tot en met 31 augustus 2012 te zien.

De reclamevoering rond de Kinderboekenweek werd vernieuwd. Er kwam dit jaar geen radio- of televisiespot. In plaats daarvan werd de trailer die geproduceerd was rond *Bert en Bart redden de wereld* 41 maal vertoond op Nickelodeon. Ook op de website van Nickelodeon was de trailer te zien, met een verwijzing naar de site van de Kinderboekenweek. Daarnaast werd de trailer tijdens matinee's als bioscoopreclame vertoond. Met deze aanpak werd scherper ingezet op direct bereik bij de verschillende doelgroepen van ouders, grootouders en kinderen.

Noteerden de deelnemende boekwinkels vorig jaar een omzetplus van 4,9% in kinderboeken, dit jaar was er een omzetsdaling van 9,9%, geheel in lijn met de overheersende markttrend van na de zomer. De gespecialiseerde kinderboekwinkels, die bijna allemaal niet meedoen aan de wekelijkse cijfercarroussel,



rapporteerden gunstig over de Kinderboekenweek. Zij zijn ook vooral degenen die veel activiteiten organiseren. 'Mensen komen in de tweede week soms wel drie keer terug,' zei Lia Reedijk van de Utrechtse Kinderboekwinkel tegen *Boekblad*.

Het *Superhelden!*-thema werd alom een schot in de roos gevonden. In *De Bestseller 60* waren in de eerste week van de Kinderboekenweek acht titels uit de top tien kinder- of jeugdboeken. Ook Gouden Griffelwinnaar *Dissus* bereikte de top tien, voor een Griffelwinnaar uitzonderlijk. Het prentenboek *De prins op het witte paard* vond bij het publiek gretig aftrek. Minpuntje was dat de prijssticker die op de band geplakt zat, buitengewoon lastig verwijderbaar bleek.



Met ex-voorzitter Chris Leeftang

DIRK OUWEHAND

Pionier van collectieve marketing

Op 8 oktober overleed op 81-jarige leeftijd Dirk Ouwehand. In de jaren 1971 tot 1982 was hij directeur van de CPNB. De CPNB was toen nog geen zelfstandige stichting met een bestuur, maar de promotiecommissie van de Koninklijke Nederlandse Uitgeversbond. Met een eigen bureau, dat wel. In die commissie zaten naast uitgevers ook boekverkopers. Maar die zaten er op persoonlijke titel, dus niet namens hun branche-organisatie. Boekverkopers en uitgevers hadden in die jaren veel om het met elkaar oneens over te zijn.

In deze turbulente omgeving heeft Dirk Ouwehand – toen Dick geheten – de collectieve promotie voortvarend en stevig opgetimmerd. Afkomstig van het Nederlands Zuivelbureau – ‘melk is vurrukkulluk’, ‘kaas uit het vuistje’ – maakte hij de CPNB onderzoeksminded en professioneler, bouwde contacten

op met de omroepwereld en bond de strijd aan tegen de slordige betalingsmoraal van de boekverkopers. Het grootste succes van zijn dagen was het Boek van de Maand, een full colour non-fictieboek dat de CPNB vier maal per jaar tegen een scherpe prijs in de boekwinkels bracht. Het was nog de tijd dat uitgevers zich full colour alleen konden permitteren in producties die ze uit het buitenland overnamen. Het collectief was dus tot iets in staat wat individuele partijen niet vermochten. Jarenlang gingen de Boeken van de Maand in oplages boven de 100.000 van de hand, en dat legde de CPNB geen windeieren. Toen rond 1980 de scanner kwam en de kosten van kleurendruk wegsmolten, was het met het Boek van de Maand snel afgelopen. Dat lag niet aan Ouwehand; hij heeft uit de formule gehaald wat er in zat. Hij voorzag de Boekenweek en de Kinderboekenweek



Met zijn vrouw Marijke en CPNB-voorzitter Willem Schouten

van een eigen campagne-identiteit en bouwde de prijs voor het beste kinderboek om tot de Gouden Griffel. Hij was de eerste die de Boekenweek uitrustte met thema's. Zo werkte hij al in 1975 met NS samen, ter gelegenheid van het thema *Reizen en lezen*. En in 1976 bracht de CPNB de langspeelplaat *Zing je moerstaal* in de Boekenweek, met literaire auteurs als schrijvers van de liedteksten. De hit *Terug naar de kust*

van Maggie MacNeal komt ervandaan.

Marieke Bemelman, vele jaren naaste medewerker van Ouwehand, memoreerde bij zijn overlijden in *Boekblad* dat in zijn tijd bij brainstorms met vakgenoten al om elf uur de sherryfles op tafel kwam. Tegenwoordig is de CPNB bij bezoekende commissies en jury's vooral befaamd om haar koekjes. Maar ook die CPNB van tegenwoordig is Dirk Ouwehand veel verschuldigd.

Tijdens bedrijfsuitje



NS PUBLIEKSPRIJS

Wonderbaarlijke stemmenverdubbeling

Na de bekendmaking van de nominaties en de start van de stemperiode op 4 september sloeg het publiek gelijk toe. De internetsites waar de stemwidget op stond en waar gestemd kon worden, bleken zo breed gespreid dat in twee weken het aantal stemmen dat het vorig jaar was uitgebracht, 33.000, al was voorbijgestreefd. Dat resultaat was ook te danken aan de buzz die de CPNB op de sociale media teweegbracht. Fans kregen de oproep om recensies te plaatsen over hun favoriete boek. Zeer behulpzaam daarbij waren de leden van de Kernjury die werden aangespoord om via hun sociale netwerk stemmen te vergaren.

Op maandag 17 oktober presenteerde Karin de Groot de prijsuitreiking tijdens een feestelijk diner in de Koorzaal van het Amsterdamse Concertgebouw. Na het voorgerecht riep CPNB-directeur Eppo van Nispen Kernjurylid Cock van den Wijngaard uit tot Leesambassadeur. Hij bleek degene te zijn die van de Kernjuryleden de meeste stemmen had geworven. Als dank kreeg hij het recht een jaar lang wekelijks een boek uit te zoeken in een boekwinkel naar keuze.

Na het soepje van bramen met sorbet van karnemelk was dan de tijd gekomen voor de ontsluiting van de winnaar. Dat bleek Esther Verhoef die met haar nieuwste thriller *Déjà-vu* twintig procent van de stemmen vergaard had. Zij ontving de prijs uit handen van haar voorganger, Simone van der Vlugt. Het is een prijs in vieren: het winnende boek mag zich Boek van het Jaar 2011 noemen, de auteur ontvangt een sculptuur van Jeroen Henneman, een bedrag van € 7.500 en een NS Altijd Vrij eersteklas-abonnement.

Met *Déjà-vu* werd voor de tweede keer in twee jaar een thriller Boek van het Jaar. De tijd dat rond thrillers een losers-imago hing als het om de NS Publieksprijs ging, is daarmee definitief voorbij. *Déjà-vu*, dat in september 2010 verschenen was, keerde voor de rest van het jaar terug in De Bestseller 60, waarvan twee weken in de top 10.

Op de tweede plaats, kort achter de winnaar, eindigde *Wij zijn ons brein* van Dick Swaab. Het totaal aantal uitgebrachte stemmen bleek opgelopen tot 66.000, een verdubbeling.



NS
PUBLIEKS
PRIJS



NS
PUBLIEKS
PRIJS



PUBLIEK



Nederland Leest



VURRUKKULLUK

De keuze voor het centrale boek van Nederland Leest pleegt door de Nederlandse literatuurgeschiedenis heen te meanderen. Dode schrijver, levende schrijver. Dik boek, dun boek.

Schrijver, schrijfster. Na de karig verwoorde somberte van *De grote zaal* van de ten onrechte vergeten Jacoba van Velde was het tijd voor een gekende, levende auteur en liefst voor een wat lichtere toets. Dat werd allemaal gevonden in *Het leven is vurrukkulluk*, de eerste roman van Remco Campert, precies een halve eeuw geleden verschenen.

Toegegeven, nog steeds geen dik boek – dikke boeken heeft Campert nu eenmaal niet in huis. Wel biedt *Het leven is vurrukkulluk* humor, taalplezier en een onverminderd relevante schets van het scharnierpunt tussen de zunige jaren vijftig en de swingende jaren zestig – alles aan de hand van de belevenissen van Boelie, Mees en Panda.

De pockets van *Het leven is vurrukkulluk* werden door deBoekensalon.nl voorzien van boekenleggers met discussievragen. Tevens bevatte de boekenlegger een uitnodiging om lid te worden van deBoekensalon.nl,

hetgeen met een vervijfvoudiging van het normale aantal inschrijvingen een succes kan worden genoemd.

In het aanbod van edities beleefden we drie vernieuwingen. De luxe editie, bestemd voor verkoop in de boekwinkel, verscheen in een vernieuwd uiterlijk, ontworpen door Studio Ron van Roon. De bonus in de luxe-editie werd een dvd met daarop de aflevering van het tv-programma *Andere tijden*, gewijd aan *Het leven is vurrukkulluk* en de Amsterdamse *sien* van rond 1960, uitgezonden op 29 oktober.

Ook de luisterboekeditie verscheen nu in tweeën.

Een 'gewoon' luisterboek kwam beschikbaar voor de openbare bibliotheken, terwijl voor de boekhandel een luxe luisterboek samengesteld werd, met ook daarin *Andere tijden* als bonus. Op het luisterboek was de stem van Remco Campert zelf te horen. Hij had het boek in 1995 ingesproken voor het VPRO-programma *De avonden*. Nieuw was ten slotte ook een e-versie van het boek, waarvoor de openbare bibliotheken vouchers konden afnemen.

Voor wie *Het leven is vurrukkulluk* graag in grote letters



leest, was er ook weer een grootlettereditie. Deze werd mede mogelijk gemaakt door steun van het Fonds XL en NLBB Vereniging van Leesgehandicapten.

Doordat Premsele – Dutch Platform for Fashion and Design zich terugtrok, kwam aan de ontwerpwedstrijd voor een alternatief omslag voor het Nederland Leest-boek een einde. Philip Freriks trad ook voor Remco Campert weer op als ambassadeur: ‘je was een held, je schreef voor ons, dachten we.’ En Ronald Giphart was bereid om de Lofrede op het boek te schrijven: ‘waarom heb ik dit boek in godsnaam niet eerder herlezen?’

Omdat de gemeentelijke bekostiging van de openbare bibliotheken vrijwel overal onder druk stond, gaf de afname van het aangeboden in het algemeen een daling te zien.

Gingen eerdere persreizen voor Nederland Leest naar bestemmingen als Nice, Jakarta en Parijs, de persreis voor *Het leven is vurrukkulluk* ging heel eenvoudig naar de plek waar het allemaal gebeurde, het Amsterdamse Vondelpark. Op 22 en 23 september werd een aantal jonge journalisten getraakteerd op een briefing met gastoptredens van Renske de Greef, Alma Mathijssen en Jan Kuitenbrouwer, een diner in aanwezigheid van Remco Campert, Ronald Giphart en Philip Freriks, live jazzmuziek in een Leidseplein-café, vertoningen in het Filmmuseum en een picknick in het Vondelpark.

Om iedereen te laten weten dat Nederland Leest van start gegaan was, was er in de ochtend van 21 oktober een bijeenkomst in de Openbare Bibliotheek Amsterdam. De royale breedte van de hal aldaar werd geheel uitgevuld door het woord VURRUKKULLUK in twaalf meer dan manshoge kapitalen. Nadat Remco Campert uit handen van Alma Mathijssen de eerste exemplaren van de verschillende edities in ontvangst had genomen, signeerde hij ze alle twaalf. Daarna waren de kapitalen geschikt voor verscheping naar bibliotheken, in elke provincie een. Het NOS-journaal liet de

1.102 exx.
548 exx.
575.050 exx.
71.000 exx.



8.210 exx.
94.432 exx.
13.146 exx.
33.625 exx.

ceremonie zien en voorzag die van de ondertiteling 'verrukkulluk'. Wat Jan Mulder de gelegenheid gaf zich bij *De Wereld Draait Door* op te winden over de laksheid van de ondertitelaars van dienst.

Showcase van de reclamematerialen voor bibliotheek en boekhandel was een groot formaat poster

waarop een groep naakte mensen welgemoed in *Het leven is verrukkulluk* verdiept was. Hoewel de poster de pret en onschuld van de periode waarin het boek speelt perfect trof, blijft het verstandig zo'n beeld selectief in te zetten. Bibliotheken en boekwinkels zijn uiteraard zelf heel goed in staat uit te maken of en zo ja hoe zij hun publiek ermee willen confronteren. Alleen in Amsterdam en Utrecht verscheen de poster op straat – niemand nam er aanstoot aan.

Dagelijks zorgde Nederland 2 direct na middernacht voor een korte uitzending waarin bekende en onbekende Nederlanders een fragment uit *Het leven is verrukkulluk* voorlezen. Zelf nam Campert het begin en slot voor zijn rekening. Ertussenin waren onder meer Hadassah de Boer, Kitty Courbois, Bennie Jolink en Frans Weisz te horen. Na 21 november zond Cultura 24 het integrale boek uit in vier uitzendingen van een uur. En dan was er nog *Koefnoen*, waar een imitatie-Kader Abdolah zich opwond over de vele spelfouten in *Het leven is verrukkulluk*.

Remco Campert en Philip Freriks trokken in de weken na 21 oktober het land in. Voor enthousiaste zalen in Spijkenisse, Groningen, Leiden en Enschede brachten ze een gevarieerd programma waarin een quiz en natuurlijk de meester zelf met voorgelezen fragmenten uit het boek. Op twee avonden kwam Ronald Giphart mee om zijn Lofrede af te steken. De andere keren waren er gastoptredens van Jan Mulder, vele jaren met Remco Campert duo-columnist in *de Volkskrant*, en Annejet van der Zijl, de biograaf van het Blaricumse buiten Jagtlust, waar de jonge Campert enkele turbulente jaren doormaakte. Op woensdag 16 november presenteerde Khalid Boudou vanuit de Openbare Bibliotheek Amsterdam



de interactieve internetuitzending *Nederland Leest Live over Het leven is verrukkulluk*. In de OBA bevonden zich Remco Campert, Ronald Giphart en een dertigtal scholieren uit het hele land. Elke bibliotheek was in de gelegenheid om scholieren uit de buurt uit te nodigen om het programma via de

internetverbinding van de bibliotheek mee te maken. Sms'jes en tweets van leerlingen werden meteen in de uitzending getoond, terwijl met vier bibliotheken heen en weer geschakeld werd via skype. Leerlingen in deze bibliotheken hadden zich aan de hand van opdrachten speciaal op de uitzending voorbereid. *Nederland Leest Live – trending topic* op Twitter – kwam tot stand in samenwerking met Stichting Lezen.

In de avonduren van 17 november, de voorlaatste dag van de campagne, was People's Place aan het Amsterdamse Leidsebosje eenmalig omgebouwd tot Klup Vurrukkulluk, compleet met hostessen in Panda-outfit. Remco Campert was van elke inspanning vrijgesteld; op deze avond werd hem een *liber amicorum* in programmavorm aangeboden. Tsead Bruinja, Jules Deelder, Kees van Kooten, Rick de Leeuw, Alma Mathijsen, Jan Mulder, Hagar Peeters, F. Starik en Mustafa Stitou lazen voor. Ellen ten Damme, Giovanca, Benjamin Herman en Kim & Erwin Hoorweg zorgden voor passende muziek. Philip Freriks presenteerde. Een geroerde Remco Campert bedankte iedereen. Daarna bleef het lang gezellig, onder de jazzy koperklanken van Jules Deelders platen.

Vergeleken met campagnes als de Boekenweek en Juni – Maand van het Spannende Boek is Nederland Leest iets minder op meetbare en zeker minder op financiële resultaten gericht. Wat de campagne wel doet is de openbare bibliotheek in het brandpunt van de landelijke aandacht brengen en lokale bibliotheken een uitgelezen profileringskans bieden. En op middelbare scholen gaan de Nederland Leestboeken van hand tot hand, zoals blijkt uit de gemeten belangstelling voor het downloaden van boekverslagen op scholieren.com.



Klup Vurrukkulluk: Cleo Campert
in haar moeders jurk

**NEDERLAND
LEEST**



Ronald Giphart met scholieren
in het Vondelpark



AFSCHEID

Patrones van het kinderboek

Op donderdag 10 november verzamelde zich een menigte vrienden van het kinderboek en van de CPNB in WesterLiefde op het Amsterdamse Westergasfabriekterrein. Ze kwamen voor het afscheid van adjunct-directeur Marieke Verhoeven van de CPNB.

Afgezien van een eerdere stageperiode, heeft Marieke Verhoeven – opgegroeid in Den Bosch, gestudeerd in Nijmegen – voor de CPNB gewerkt vanaf 2004, waarvan sinds 2009 als adjunct-directeur. Haar werkterrein bestond voor het overgrote deel uit campagnes rond het kinder- en jeugdboek. Bij het bekend worden van haar vertrek maakte de CPNB dankbaar melding van haar ‘grote bijdrage aan de positionering van de kinder- en jeugdliteratuur.’ Daaruit valt al op te maken dat zij meer heeft gedaan dan het netjes draaien van de haar toevertrouwde campagnes. Zij heeft de kinderboekenwereld een heel eind van haar muizigheid afgeholpen. Tegelijk was ze door haar diepgaande belezenheid voor auteurs en tekenaars een ideale gesprekspartner. Een belezenheid die ze onderhield tijdens haar dagelijkse treinreizen tussen Den Bosch en Amsterdam.

Bij haar afscheid werd haar lof toegezwaaid door diverse sprekers, in volgorde CPNB-voorzitter Maarten Asscher, uitgever Jean-Christophe Boele van Hensbroek, schrijver Bibi Dumon Tak, tekenaar Sieb Posthuma, schrijver Ernest van der Kwast en CPNB-collega Maartje Bolt.





SPECIALE BOEKENBON

Een boek kan zoveel doen

De laatste zes weken van het jaar zijn voor de boekhandel van cruciaal belang. In een branche die het van bescheiden rendementen moet hebben zijn het precies de weken die het jaar kunnen maken of breken. Omdat na een goede juli-maand de boekenverkoop een nieuwe en nog forsere duik had gemaakt, werd in 2011 de eindejaarsperiode met dubbele spanning tegemoet gezien. Dat bracht KBb, Centraal Boekhuis, Boekenbon bv, een aantal uitgeverijen en de CPNB tot een gezamenlijke inspanning om het tij rond Sinterklaas en Kerstmis te keren. Wie tussen 19 november en 14 december een van de boeken aanschafte die voorkwam op een lijst met 31 goedlopende titels kreeg daarbij een speciale Feestdagen Boekenbon van € 5 cadeau. Daartoe werden 200.000 bonnen met de beeltenis van de op 29 september overleden Hella S. Haasse over de winkels verdeeld. Vervolgens kregen de mensen tot en met 7 januari de tijd om de Boekenbonnen te komen inwisselen. Het was een serieuze poging om in een tijdsbestek van drie weken massaal herhalingsbezoek aan de boekwinkel uit te lokken. Met een innovatief middel: de Boekenbon met tijdelijke geldigheid. Voor de winkels was er gratis materiaal rond de 31 actietitels, ook in de vorm van banners. Daarnaast werd de actie omlijst met een reclamecampagne van ongekeerde breedte, in print, op de radio en via internet. Bij aanvang van de campagne verschenen paginagrote advertenties in de Volkskrant, Trouw, De Telegraaf en Algemeen Dagblad. Overal werd verwezen naar de site gratisboekenbon.nu. Van 19 t/m 27 november wezen radiospots op de 31 actietitels. Ze werden uitgezonden op Radio 2, Radio 538, Sky Radio, Veronica, 100% NL, Q-Music en de regionale omroep. In de Sinterklaasweek volgde er een tweede radiocampagne, nu rond het boek als cadeau, met de Feestdagen Boekenbon in een tag op erachter. Voor het eerst na jaren gingen deze spots de lucht in met een nieuwe pay-off: 'Een boek kan zoveel doen.

Geef het gerust cadeau.' Het uitzendschema werd uitgebreid met 3FM.

'Sint houdt van boeken,' kon een persbericht op 9 december melden. De Sinterklaasweek had 5,3% meer omzet opgeleverd dan het jaar tevoren en 86% van de uitgezette Feestdagen Boekenbonnen was intussen uitgegeven. Na een paar laatste uitgeef-dagen werd de terugkomactie uitgeroepen: 'Lever maar weer in die gratis Boekenbon'. Dat betekende voor de winkels een nieuwe worp papieren affiches, downloadbare affiches, banners en een filmpje voor narrowcasting. In de week voor Kerstmis was er opnieuw een uitgebreide radiocampagne, nu ook met Radio 1 erbij en de terugroepactie als tag on. De laatste dagen voor 7 januari werd nog eens alles op alles gezet om de Boekenbonnen terug de winkel in te krijgen. Met advertenties op Google, via de radio en via advertenties op de redactionele pagina's van de landelijke dagbladpers, waaronder nu ook *Het Parool* en *NRC Next*.

Het was een majeure inspanning en de resultaten waren opwekkend goed. Zo meldde winkelketen Bruna over december een omzetsijging van 7,6% voor boeken. Van de uitgezette Boekenbonnen werd 60% verzilverd.

Aan deze campagne is ook een leesbevorderend component gegeven zodat optimaal gebruik werd gemaakt van de aandacht die al werd gevraagd voor het boek. Dat de donkere dagen rond de feestdagen een natuurlijke connectie hebben met behaaglijk binnenshuis een boek lezen, maakte het een ideaal moment om het lezen van een boek – al dan niet met een Feestdagen Boekenbon gekocht – een impuls te geven door lezen als activiteit te promoten. Dankzij deBoekensalon.nl, onderdeel van NBD|Biblion, werd het mogelijk gemaakt dat er op twee manieren aandacht gevraagd werd voor het lezen. Radiospots met ditmaal de pay-off 'Een boek kan zoveel doen. Lees er eens één' werden breed uitgezonden, waarbij een tag-



De boekhandel geeft 200.000 boekenbonnen weg. Maar die willen ze wel graag terug.



De boekhandel gaat flink uitpakken deze feestmaand. Als u één van de 31 afgebeelde titels koopt, krijgt u er namelijk een speciale boekenbon van 5 euro bij cadeau. Er zijn 200.000 boekenbonnen beschikbaar, dus wees er snel bij. De actie begint op 19 november en

loopt tot 14 december of zolang de voorraad strekt, op=op. U kunt de boekenbonni ruilen vanaf 15 december en tot en met 7 januari 2012. Ga voor de lijst van toptitels naar www.gratisboekenbon.nl. Een boek kan zoveel doen.

Gratis boekenbon van 5 euro bij 31 toptitels. Op=Op.

We willen onze boekenbonnen terug. En vlug een beetje.



Heeft u één van de 200.000 gratis boekenbonnen van 5 euro weten te bemachtigen? Mooi. Dan is het nu tijd om die te verzilveren. Dat kan vanaf 15 december en tot en met 7 januari 2012. Van harte welkom in een van onze filialen.

on naar de nieuwe website eenboekkanzoveeldoen.nl verwees, die speciaal voor deze actie in de lucht is gebracht. 'Wat heeft een boek voor jou gedaan?' Op de site konden mensen laten weten wat een boek teweeg kan brengen, in tekst en/of beeld. De beste inzending werd beloond met een jaar gratis boeken. Ook was er nog een inhoudelijk succesje. Een van de radiocommercials uit de campagne eindigde als

derde in het door Intomart GfK uitgevoerde onderzoek naar de beste radiocommercials van de maand december. De speelse manier waarop duidelijk werd gemaakt dat een boek meer bij de ontvanger teweegbrengt dan badzout, werd hoog gewaardeerd door 17,9% van de luisteraars van 35 tot 65 jaar. De spots waren in opdracht van de CPNB gemaakt door Van Sterrenburg.

DE BESTSELLER 60

De komst van de sublijstjes

In 2011 waren er 18 titels die de eerste plaats bereikten van de wekelijkse Bestseller 60. Daarmee werd een bredere spreiding bereikt dan in 2010, toen het overweldigende succes van *Haar naam was Sarah* van Tatiana de Rosnay (Artemis & co) slechts plaats overliet voor in totaal tien nummers 1. Sinds de introductie in 2003 is De Bestseller 60 uitgegroeid tot de meest gezaghebbende boekenthermometer. Jonge vakgenoten kunnen zich niet voorstellen dat betrekkelijk kort geleden er van een helder inzicht in het succes van goedlopende titels nog geen sprake was. Dat neemt natuurlijk niet weg dat er aan de wekelijkse toplist nog wel iets te verrijken valt. En zo kwam er in september de toevoeging aan De Bestseller 60 van sublijstjes, toptien voor fictie, non-fictie, thrillers, kinder- en jeugdboeken en eten & drinken. Het verdiept het inzicht in segmenten van de markt en richt de schijnwerper op een aantal titels die zich in de hoofdlister onder plaats 60 bewegen. Zoals jeugd- en kookboeken. Tegelijk met de introductie van de sublijstjes werd de vormgeving van de lijst vernieuwd. De toptien uit De Bestseller 60 werd wekelijks overgenomen door *Trouw*, *De Telegraaf*, *NRC Handelsblad*, *Metro*, enige regionale dagbladen en *Elsevier*. Speciale lijsten werden samengesteld voor *Opzij* en *Awater*. Aan de lijst liggen de afzetdata ten grondslag die wekelijks in opdracht van de Stichting Marktonderzoek Boekenvak bij meer dan 900 boekwinkels verzameld worden door GfK Retail and Technology Benelux.

De nummers 1 van De Bestseller 60 in de 52 weken van 2011





19



20



21



22



23



24



25



26



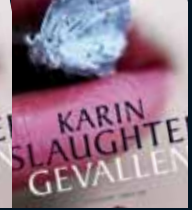
27



28



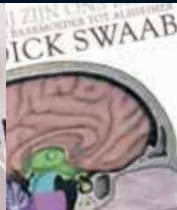
29



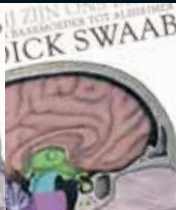
30



31



32



33



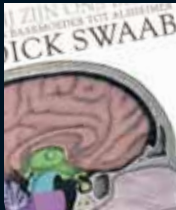
34



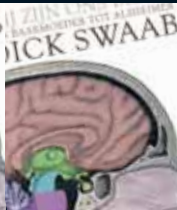
35



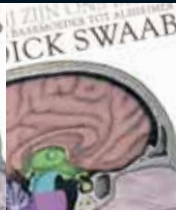
36



37



38



39



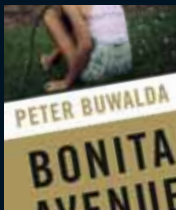
40



41



42



43



44



45



46



47



48



49



50



51



WEEK 52

**Tekst:**

Just Enschedé, Amsterdam

Fotografie:

Kees Jan Bakker, Janiek Dam, Robert Elsing,
Gerlinde de Geus, Chris van Houts, Jacqueline van
der Kort, Ilvy Njiokiktjien, Mascha Ravelli,
Gerrit Serné, George Verberne, Jan Verhoeven,
Duncan Wijting, Jan Zandbergen

Fotografie voorzijde:

Chris van Houts

Ontwerp:

Studio Jaap van der Zwan, Amsterdam

Lithografie:

Studio Spirit & Sketch, Amsterdam

Druk:

Rdh Printmedia, Wormerveer

**Verspreiding:**

Onder de leden van de GAU, Kbb, VOB en relaties
van de Stichting CPNB

Oplage:

4.000 exx.

Stichting CPNB

Herengracht 166, 1016 BP Amsterdam

Postbus 10576, 1001 EN Amsterdam

telefoon (020) 626 4971

fax (020) 623 1696

info@cpnb.nl

www.cpnb.nl

Twitter.com/cpnb

Facebook.com/stichtingcpnb

Youtube.com/cpnb

Flickr.com/cpnb

Stichting Collectieve
Propaganda van het
Nederlandse Boek



Stichting Collectieve
Propaganda van het
Nederlandse Boek