

CP NB

Jaaroverzicht

Stichting Collectieve
Propaganda van het
Nederlandse Boek

2014/2015

ies







CP
NB
Jaaroverzicht
2014/2015

Where are we now?

Where are we now, where are we now?
The moment you know, you know,
you know;’ zong David Bowie.

Na jaren van daling heeft de boekensector voor het eerst sinds 2008 een uitstekend jaar achter de rug. In 2015 was er sprake van een substantiële stijging van de boekenverkoop. Ook 2016 belooft een mooi jaar te worden. Niet alleen is het huidige jaar uitgeroepen tot Jaar van het Boek. Nederland en Vlaanderen geven straks ook gezamenlijk acte de présence op de Frankfurter Buchmesse. Het hele jaar vieren wij het boek en zetten wij het in de schijnwerpers met bestaande en nieuwe activiteiten.

‘Where are we now?’ Waar staan we nu met dat boekenvak? Is er reden tot optimisme? We kunnen terugkijken op woelige jaren waarin faillissementen aan de orde van de dag waren en we de lezer kwijt dreigden te raken aan social media en tv-series. De afgelopen twee jaar hebben een kentering laten zien, waarin

de diverse sectoren van het vak visie en strategische efficiëntie hebben getoond. Dankzij de ondernemingszin van enthousiaste boekverkopers is een groot deel van de verloren gewaande winkels van het voormalige Polare overeind gebleven. Voormalige boekenclub ECI heeft met nieuw elan een doorstart gemaakt. De boekhandel wordt sterker en boekhandelaars durven te ondernemen. Ze nemen risico’s, steken hun nek uit en organiseren spraakmakende evenementen voor hun klanten. De afgelopen twee jaar kende ook een hausse aan nieuwe internetwinkels. Innoverende activiteiten zijn niet alleen voorbehouden aan de traditionele partijen. Er komen nieuwe spelers op de markt.

Bibliotheken hebben het voortouw genomen om e-books op legale wijze bekend te maken bij het grote publiek. Bibliotheektempels trekken nog steeds nieuwe lezers naar zich toe om te studeren, evenementen bij te wonen, te lenen en te lezen. Mede dankzij de bibliotheken is het afgelopen jaar de omzet aan e-books

toegenomen en wordt een nieuw lezerspubliek bereikt.

Ook aan uitgeefkant is er het nodige gebeurd. Naast fusies en reorganisaties is er sprake van een verbreding van het palet aan uitgevers, kleinschaliger van opzet, verrassender in de assortimentskeuze.

Uitgevers leiden auteurs op met cursussen social media en proberen in nauwe samenwerking met partners de lezers te bereiken. Het aantal literaire festivals is toegenomen en een nieuw publiek, jong en oud, geïnteresseerd in poëzie en literatuur, komt zo op een andere wijze met auteurs in contact. De combinatie auteurs en lezers is de spil waar het boekenvak momenteel om draait. Televisieprogramma's spelen meer dan voorheen in op het belang van het boek.

De CPNB blijft een cruciale rol spelen in dit dynamische speelveld. Zij initieert, organiseert, coördineert en activeert.



Ze werkt aan de ene kant vanuit de collectieve gedachte aan leesbevordering, maar probeert eveneens met haar spraakmakende promotiecampagnes de lezers tot het kopen en/of lenen van meer boeken te verleiden. Zij herinnert de lezers continu aan het bestaan van publieksboeken en stemt haar instrumentarium af op de communicatiekanalen van deze tijd. De Nederlandse lezer koopt of leent gemiddeld zes boeken per jaar. In 2016 heeft de CPNB zichzelf ten doel gesteld het gemiddelde van zes boeken te verhogen naar zeven.

De directie en het bestuur van de CPNB bedanken iedereen hartelijk die daaraan medewerking verleent. Want alleen door krachtige samenwerking en harmonieuze gezamenlijkheid houden wij collectief de lezer aan het lezen en kunnen wij de stijgende lijn van het afgelopen jaar continueren.

Mei 2016

Geneviève Waldmann

Voorzitter Stichting CPNB

De staat van de markt	9	Fictie	51
NS Publieksprijs	12	Poëzieweek	54
CPNB Top 100	17	Poëzie in De Nieuwe Liefde	57
Goud, Platina en Diamant	28	Boekenweek	58
		Logos Festival	63
		Juni - Maand van het Spannende Boek	64
Het papier voorbij	31	Das Mag Festival	68
Week van het Luisterboek	33	Parel	69
Kameleon en Gekko	35	Nederland Leest	71
LeesID	36	Jonge Schrijvers/Debutanten	76
Door het jaar heen	37	Non-fictie	77
Zomerlezen	40	Maand van de Spiritualiteit	80
Manuscripta	42	Gouden Tulp	82
Eindejaars-/Cadeaucampagne	44	Week van het Sportboek	84
De Bestseller 60	45	Maand van de Geschiedenis	86
Week van het Romantische Boek	50	Kookboekenweek	88
		Biografieprijs	90



Jongeren

Literatour (Dioraphte)	94
Gouden Lijst	98
Talent voor taal	100
Verhalen onder het kussen	102

Kinderen

Griffels, Penselen, Paletten	106
Kinderboekenweek	108
Kinderboekenambassadeur	114
Kindervredesprijs	115
Nationale Voorleesdagen	116
Vaders voor lezen	119
Nationale Voorleeslunch	122
NOT	123
Nederlandse Kinderjury	124

91 En dan nog

Van de voorzitter	4
Paul Hogervorst overleden	16
Herman Arnoldsbibliotheek	30
Uitgeverij	127
Renew the Book	129
Boekhandel	131
Boekenbon	134
Bibliotheek	135
Fotoweek	138
Onderwijs	139
Live	142
Media	143
Vers voor de Pers	146
4 en 5 mei	147
De Best Verzorgde Boeken	148
Bestuur	149
Bureau	151
Nevenactiviteiten	155
Sponsors & partners	156
Colofon	160

103



Het boek gevierd

Even over naar maandag 4 januari 2016. Die dag kwam minister Jet Bussemaker naar de Bibliotheek Amstelveen om 2016 Jaar van het Boek te openen. Is niet elk jaar een Jaar van het Boek? Voor partijen in de boekenbranche wel, maar voor de buitenwacht ligt dat anders. Is 2016 dan een jaar als elk ander? Dat ook weer niet, want in 2016 zijn Nederland en Vlaanderen gastland op de Frankfurter Buchmesse.

Het Jaar van het Boek is te beschouwen als de nationale pendant van dat gastland-schap. Het is een initiatief van de Koninklijke Bibliotheek, Bijzondere Collecties van de Universiteit van Amsterdam, de Leescoalitie, het Letterkundig Museum, Stichting Lezen, Stichting Lezen & Schrijven en de CPNB. Zij allen hebben zich voorgenomen de kracht van het boek in 2016 op allerlei manieren te vieren. Zie het als een uiting van het zelfvertrouwen dat de boekenbranche in de jaren waaraan dit overzicht gewijd is, hervonden heeft.

Over die jaren gaat het in dit boek, niet over wat er komen gaat. Daarom houden



we het bij enkele onderdelen van het Jaar van het Boek in telegramstijl: Verkiezing van het Belangrijkste Boek, Boekenparade, boeken voor vluchtelingenkinderen, onderzoek, een schrijversbos, een postzegel, educatieve projecten. Maar voor jaarlijks terugkerende initiatieven geldt net zo hard: 2016 Jaar van het Boek. Proost!



Geen halleluja, wel tevredenheid

Wat is *uitbodemen*? Het woord wordt in de financiële wereld gebruikt om aan te duiden dat een negatieve trend ten einde gekomen is. De AEX-index is *uitgebodemd* – of de olieprijs.

In de boekenbranche deed het moment van uitbodemen zich ergens in de tweede helft van 2014 voor. Je kunt het moment situeren tegen het eind van de maand juli. Of in oktober, ten tijde van de Kinderboekenweek. Hoe dan ook, een jarenlange trend van marktcrimp kwam tot een einde, een trend die al in 2010 inzette en die bijna een kwart van het marktvolume heeft weggespoeld. Over heel 2014

bleven de cijfers nog duidelijk negatief, maar in 2015 werd er voor € 1,7 miljoen meer verkocht oftewel 1,7 miljoen boeken.

Net zo belangrijk is dat de stemming rond het boek in deze twee jaren een heel stuk ten goede is gekeerd. Drie jaar lang was die stemming behoorlijk negatief. Boekenvakkers hadden op verjaardagen heel wat uit te leggen. Boeken waren saai en ook als ze misschien niet saai waren, waren ze toch ten dode opgeschreven – zeker indien van papier. Papier werd beschouwd als iets heel ergs; daar moeten bomen voor gekapt worden. Dat internet nu meer CO₂ uitstoot dan de burgerluchtvaart, dat wil nog

steeds niet iedereen weten.

Voor al de gang van zaken rond de winkels van Polare is stemmingbepalend geweest. Het faillissement van Polare kondigde zich aan als een drama, de veelvormige doorstart van op een na alle Polarewinkels bleek een *blessing in disguise*. Nieuwe ondernemers, nieuwe vestigingsplaatsen, nieuwe geldschietters, *crowdfunding*. Het maakte in de boekhandel een enorme hoeveelheid energie los en peuterde ook het publiek aan zijn verstand dat de fysieke winkel het waard is om gekoesterd te worden.

In de openbare bibliotheken zetten de trends van de voorgaande jaren zich door. Dat

DE STAAT VAN DE MARKT

betekende minder vestigingen, kleinere collecties en minder uitleningen. Alleen het aantal jeugdleden bewoog zich opwaarts tegen de stroom in. Per 1 januari 2015 kreeg een stelselverandering in het bibliotheekwezen haar beslag door de opheffing van het SIOB (Sectorinstituut Openbare Bibliotheken) en de Stichting Bibliotheek.nl, met overname van hun taken door de Koninklijke Bibliotheek in Den Haag.

De tweede ontwikkeling

van de jaren 2014 en 2015 is dat het elektronische lezen niet de galopperende opgang doormaakt die sommigen eraan toegedicht hebben. Het e-boekaandeel zal beslist nog verder oplopen, maar voorlopig ziet de trend er voorzichtig uit, terwijl in de Angelsaksische landen zich een terugval in de verkoop van e-boeken heeft voorgedaan. En wat te denken van Amazon dat echte boekwinkels opent? De juiste combinatie van *clicks* en *bricks*,

daar gaat het om.

2014 en 2015 geven aldus reden tot tevredenheid. Maar reden voor een hallelujastemming is er niet. Eerlijk zeggen: op de wat langere duur zal de boekenbranche onder druk blijven staan. De tijden van voor 2010 zullen niet terugkomen, daar is iedereen het over eens.

Intussen heeft het online winkelen zich robuust ontwikkeld. In een gesprek met *Boekblad* schatte AKO-directeur Sjaak

Omzet van het algemene boek (papier en elektronisch) in miljoenen euro (BRON: KVB-SMB/GFK)



DE STAAT VAN DE MARKT

Mark het percentage algemene boeken dat online verkocht wordt op 25 à 28. Hij houdt het op € 130 miljoen online omzet, waarvan € 100 miljoen voor bol.com. Anderen dichtten bol.com nog een groter aandeel van de online verkoop toe, blijkt ook uit *Boekblad*.

Hoe de slopersbal van het online winkelen inbeukt op onze winkelgebieden, daar worden we bijna wekelijks aan herinnerd. Boekwinkels vormen in die

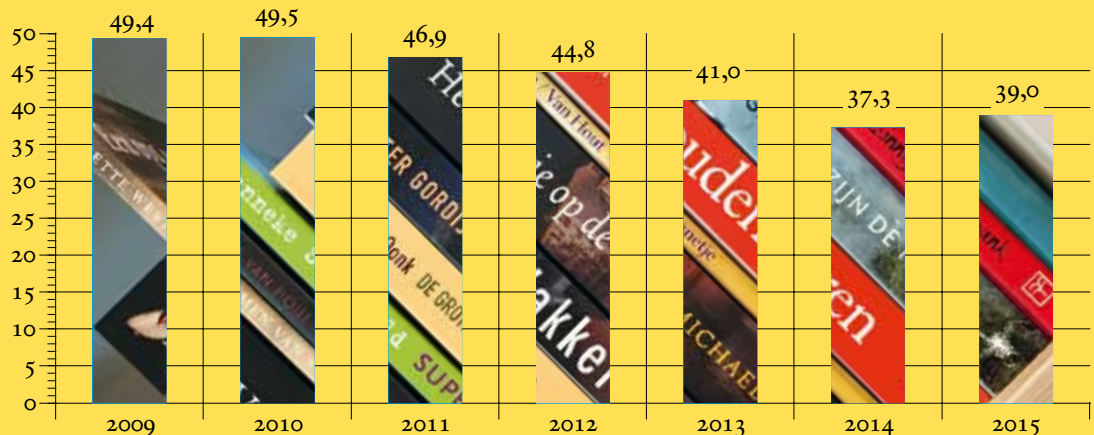
winkelgebieden een hooggewaardeerd element. Dat geldt voor het hele boekhandelspectrum.

Internet heeft ook in bredere zin onze omgang met boeken veranderd. Alles wordt vloeibaarder, boekenbezit is voor veel mensen geen heilige graal meer. Toegang is het nieuwe bezit. De ruil- en doorgeefkastjes die overal opduiken, spreken in dit verband eh... boekdelen.

Bij alle veranderingen blijft de positie van Nederland in Europa

bijzonder. We hebben hier *the best of all worlds*. Ga maar na: qua penetratie van digitale hardware bevindt Nederland zich in de absolute wereldtop. Tegelijk beweegt de hoeveelheid tijd die aan lezen besteed wordt, zich boven het Europese gemiddelde. En zijn wij nog immer uitzonderlijk goed beboekhandeld.

Afzet van het algemene boek (papier en elektronisch) in miljoenen stuks (BRON: KVB-SMB/GFK)



Voetbal en geld

Waarin een geheide online verkiezing de banden met boekhandel en bibliotheek weer aantrekt.

Michel van Egmonds boek *Kieft* over de strijd van de topvoetballer tegen zijn verslaving (vi boeken) trok 28% van de uitgebrachte stemmen, won daarmee de NS Publieksprijs 2014 en mocht zich tooien met de titel Boek van het Jaar 2014. Na de bekendmaking van deze uitslag keerde *Kieft* terug op de eerste plaats in *De Bestseller 60*. En groeide uit tot de best verkochte titel van het hele jaar.

Boek van het Jaar 2015 werd *Dit kan niet waar zijn* van Joris Luyendijk (Atlas Contact), met 20% van de stemmen. Luyendijks diepgaande reportage uit de Londense City steeg daarop terug naar plaats 3 van de bestsellerlijst.

Beide winnende auteurs wonnen voor de tweede maal de NS Publieksprijs. Van Egmond had in 2013 ook al gewonnen met *Gijp* (vi Boeken) en Luyendijk in 2007 met

Het zijn net mensen (Podium).

Het bekendmaken van de zes nominaties en een paar weken later het ontsluiten van de winnaar vonden beide jaren een podium bij *De Wereld Draait Door*.

De NS Publieksprijs is gedoteerd met een geldbedrag van € 7.500, een jaar lang



STEM OP JOUW FAVORIETE BOEK

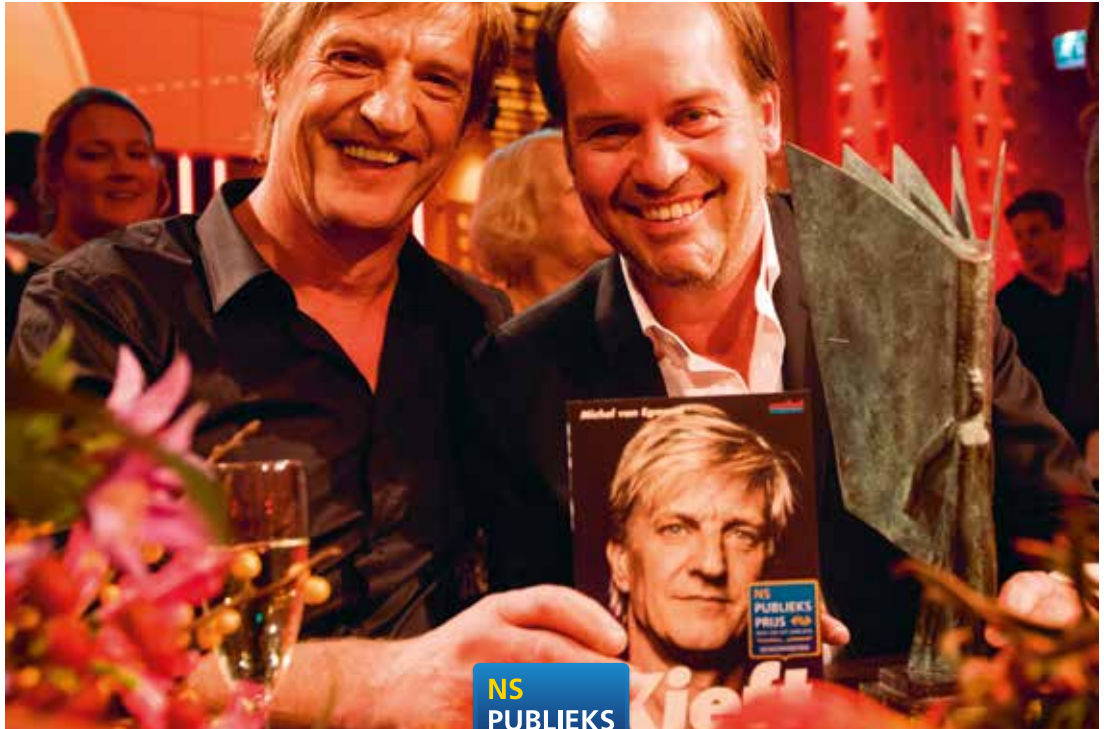
Ga naar nspublieksprijs.nl



Win een jaar lang gratis boeken én vrij reizen met de trein!

Stemmen kan tot en met 19 november 2014





gratis eerste klas reizen met NS en een sculptuur van Jeroen Henneman. Onder de stemmers aan de verkiezing worden NS -Dagkaarten en Boekenbonnen verloot, met als eerste prijs een NS Altijd Vrij 2e klas abonnement en een jaar lang gratis boeken. Deze eerste prijs heeft een totale

waarde van ruim € 5.000.

In 2014 werden er 88.000 stemmen uitgebracht, in 2015 74.000. Met ingang van 2014 werd de stemperiode verkort tot vier weken. Ze liep door tot aan het moment dat Matthijs van Nieuwkerk in de DWDD-uitzending de stembus voor gesloten verklaarde.



Gedurende de laatste jaren heeft de transitie van de NS Publieksprijs naar een online verkiezing zijn beslag gekregen. In zo'n verkiezing is een belangrijke plaats ingeruimd voor de spontane stemcampagnes van de genomineerden of hun uitgevers. Vergeliken met de jaren waarin het stemmen vooral via boekwinkels en



bibliotheeken verliep, en de prijs vooral naar vrouwenboeken ging, liggen de kansen voor vrouwen- en mannenboeken nu gelijk. Een kernjury, bestaande uit een kleine 300 fervente lezers, schaduwde de online verkiezing en functioneert als waarborg dat deze niet door een plotse buzz-campagne gekaapt wordt.

Ondanks alle reuring online blijft het van belang om de verkiezing in boekwin-





kels en bibliotheken zichtbaar te houden. Niet alleen wacht de boekhandel een bonus in de vorm van extra verkoop van de winnaar, ook de nominaties vinden tijdens de stemperiode extra kopers. In 2015 ontwikkelde de CPNB voor de boekwinkels en

bibliotheken een kartonnen stembustrein, waarop de genomineerde titels een plaats konden vinden. Ook kan er nog steeds met papieren formulieren gestemd worden. Het aantal boekwinkels dat actiemateriaal bestelde vertoonde een forse toename.

Paul Hogervorst overleden

Op 13 maart 2015 overleed Paul Hogervorst, 74 jaar oud. De laatste vijftien jaar van de vorige eeuw was de man met het ronde hoofd en dito postuur het gezicht van boekhandel Broese Kemink in Utrecht, een van de *flagship stores* van het boekwezen. Hij was een rasboekverkoper, zo eentje die boeken bij wijze van spreken met handen en voeten aan de man bracht.

Paul Hogervorst leefde van contacten en van ideeën. Met die contacten schaaakte hij op vele borden tegelijk. Want Broese was niet alleen een grote algemene boekhandel, het wetenschappelijke boek speelde toen in universiteitsstad Utrecht nog een belangrijke rol. Tegelijk was Broese een belangrijke leverancier van professionele informatie. Dankzij Paul Hogervorst, die talloze verbindingen met het bedrijfsleven had aangeknoopt.

De ideeën bleven bij hem permanent opborrelen. Ze waren niet allemaal uitvoerbaar of succesvol, maar dat deed er niet toe. Af en toe landden zijn ideeën wel



degelijk en er kwamen altijd weer nieuwe. Naast boekverkoper was hij uitgever van *Utrechtiana* en entameerde hij literaire en culturele evenementen. Sociaal was hij een echte gangmaker. Op bijeenkomsten van boekenvakkers had hij weinig aanleiding nodig om in gezang uit te barsten.

Eind jaren zeventig maakte hij deel uit van de Werkgroep Voortgezet Onderwijs van de CPNB en van 1988 tot 1994

was hij voorzitter van CPNB-bestuur. Dat was een periode waarin de boekhandel de collectieve boekpromotie *con amore* omhelsde. Op dit landelijke podium kweet Paul Hogervorst zich van zijn taak met een hoogsteigen combinatie van zwier en schutterigheid. Hij nam er iedereen mee voor zich in.

Tot zover dit bericht uit de vorige eeuw.

Nu ook uitleningen

Er bestaan nog steeds hooggestemde zielen die bestsellerlijsten afdoen als kouwe drukte van de markt. Maar het marktgewriemel van vandaag vormt de cultuurgeschiedenis van de toekomst. Wie het boekje *Bestsellers in Nederland 1900-2015* (Garant) van Erica van Boven leest, kan dat alleen maar beamen. Van de jaarlijkse CPNB Top 100 bestaan er nu 19 afleveringen. Ook wie via cpnb.nl de vroegste jaren raadpleegt, ziet al meer cultuurhistorie dan marktrumoir.

Over 2014 werd de CPNB Top 100 aangevoerd door *Kieft* van Michel van Egmond (VI Boeken), gevolgd door het oerboek van de korte maar zeer heftige *loom-rage, Band-it!* van Colleen Dorsey (Kosmos Creatief).

Aan het einde van 2015 heeft de CPNB Top 100 gezelschap gekregen van een overzicht over de honderd meest uitgeleende titels in de bibliotheken. Die lijst biedt een totaal nieuw uitzicht op onze leesvoorkeuren. Niet dat we nu alles weten, maar we komen wel steeds

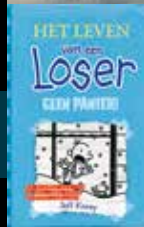
helderder te weten wat we nog niet weten over de rijke veelvormigheid van ons koop-, leen- en leesgedrag.

Want lenen is iets totaal anders dan kopen. Het leenpubliek is grondig anders samengesteld dan het koperspubliek en dat betekent dat er ook heel andere boeken frequent over de toonbank gaan in bibliotheken dan in boekwinkels. Slechts 21 titels komen op beide lijsten voor, maar liefst 79 zijn er verschillend. En de reeks *Het leven van een loser* van Jeff Kinney (De Fontein)? Je zou ze de kost moeten geven die er nog nooit van gehoord hebben.

De CPNB Top 100 voor uitleningen werd samengesteld op basis van gegevens afkomstig van Stichting Leenrecht. De gegevens die de Koninklijke Bibliotheek bijdroeg over uitleningen van e-boeken zijn er ook in meegenomen. De boekhandelslijst kwam tot stand op basis van de afzetgegevens van SMB/gfK, aangevuld met opgaves afkomstig van uitgevers en ECI.

1

Boekhandel



1

2

3

4

5

Bibliotheek

11

Boekhandel



11

12

13

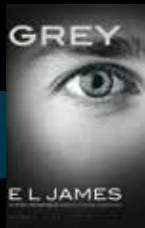
14

15

Bibliotheek

10

Boekhandel



6



7



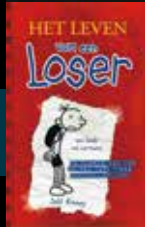
8



9



10



Bibliotheek

20

Boekhandel



16



17



18



19



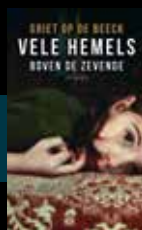
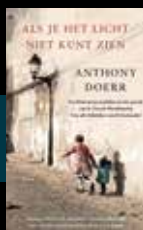
20



Bibliotheek

21

Boekhandel



21

22

23

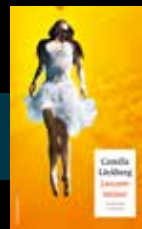
24

25

Bibliotheek

31

Boekhandel



31

32

33

34

35

30

Boekhandel



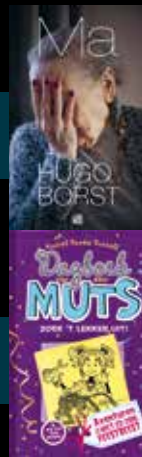
26



27



28



29



30



36



37



38



39



40

40

Boekhandel

Bibliotheek

41

Boekhandel



41



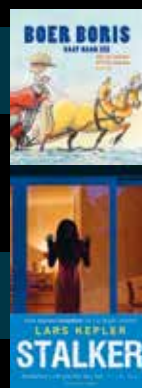
42



43



44



45

Bibliotheek

51

Boekhandel



51



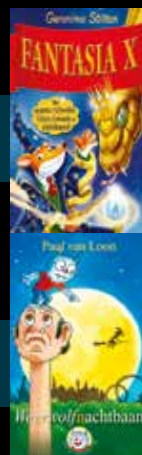
52



53



54



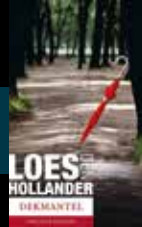
55

Bibliotheek



50

Boekhandel



Bibliotheek

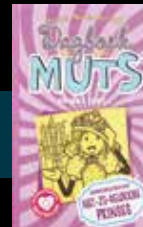
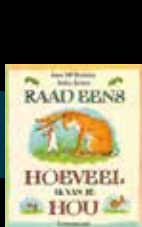
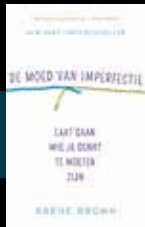
46

47

48

49

50



60

Boekhandel



Bibliotheek

56

57

58

59

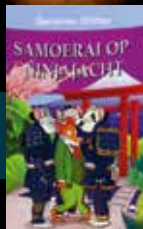
60

61

Boekhandel



Bibliotheek



61

62

63

64

65

71

Boekhandel



Bibliotheek



71

72

73

74

75



66



67



68



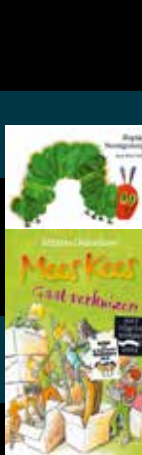
69



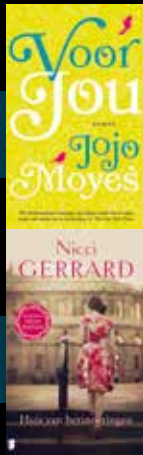
70



76



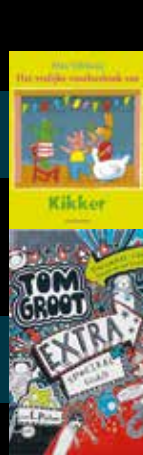
77



78



79



80

70

Boekhandel

Bibliotheek

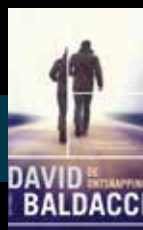
80

Boekhandel

Bibliotheek

81

Boekhandel



Bibliotheek



81

82

83

84

85

91

Boekhandel



Bibliotheek



91

92

93

94

95

90

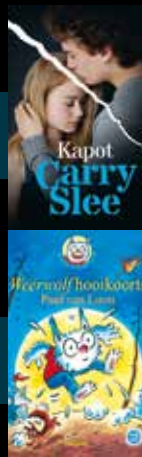
Boekhandel



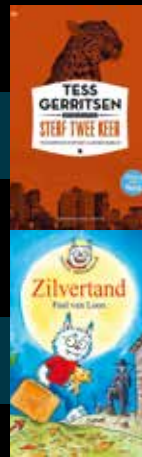
86



87



88



89

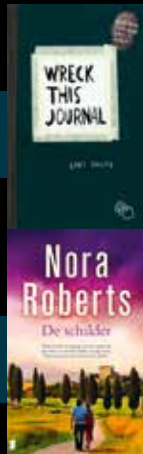


90

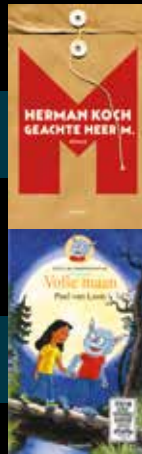
Bibliotheek



96



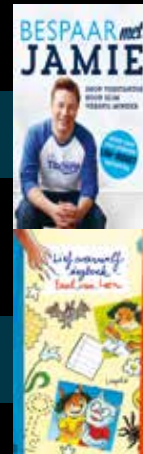
97



98



99



100

100

Boekhandel

Bibliotheek

Extra nieuwsmoment

In 2013 begon de CPNB met de uitreiking van Gouden, Platina en Diamanten Boeken. De bedoeling erachter was om een extra nieuwsmoment voor uitgeverij te faciliteren, niet alleen voor hun geheide toptitels, maar ook voor subtoppers die via gestage verkoop over een langere periode een indrukwekkende afzet bijeensprokkelen. Zulke titels zijn er namelijk nog steeds.

In 2014 werden 7 Gouden Boeken uitgereikt en één Platina exemplaar. In de loop van 2015 waren er opnieuw 8 Gouden Boeken. Voor kinderboeken ligt de lat voor een Gouden Boek lager dan voor boeken voor volwassenen. Bij de bepaling wat een bekroond boek is, wordt niet verder teruggekeken dan 2006.



Goud voor **100.000** verkochte kinderboeken

2014



2014



2014



2015



2015



2014



Platina voor **500.000** exemplaren

2015



2015



2015



2015



Goud voor **250.000** exemplaren

2014



2014



2014



2014



2015



2015



27 meter Boekenweek

In april van het jaar 1979 loopt Herman Arnolds, een jonge marktonderzoeker uit Oss, een boekwinkel binnen en komt naar buiten met *Mooi kado* van S. Carmiggelt en Peter van Straaten, het Boekenweekgeschenk van dat jaar. Boekenweekgeschenk? Hij herinnert zich dat bij zijn ouders ook een paar van die boekjes op de plank staan.

Op 11 april 2014, in de receptieruimte van het CPNB-kantoor, overhandigt Kader Abdolah aan dezelfde Herman Arnolds een reuzenschaar waarmee deze de overdracht aan de CPNB kan bezegelen van de Herman Arnoldsbibliotheek. Dat is een kamerhoge, op maat getimmerde kast met daarin 27 meter archiefmateriaal over de Boekenweek en andere CPNB-campagnes. Deze collectie heeft Herman Arnolds in de afgelopen 35 jaar met ongekende vasthoudendheid en precisie bijeengebracht en beschreven. Waarom deed hij dat?



De Telegraaf, 28/3/2014



Daarom. Iets doen voordat je gelegenheid hebt om er over na te denken – zoiets noemt men passie.

Hoeveel briefkaarten met schrijversportretten zitten er in het mapje dat het Boekenweekgeschenk van 1934 uitmaakt? Zie je daar dat flinterdunne, geniete boekje? Is dat een echt Boekenweekgeschenk van 1946 of is het een reprint? Zulke verzamelaarskwesties hebben voor Herman Arnolds geen geheimen meer. Alleen het raadsel van het exemplaar van het Boekenweekgeschenk 1983 met blauw in plaats van rood omslagpapier is nog steeds niet opgelost.

Zeker maar langzaam

In 2015 vindt het e-boek zijn weg naar de lezers in een driestromenland. Sinds de introductie in 2009 worden e-titels verkocht via de (online) boekhandel en via mass market e-tailers, sinds eind 2013 worden er e-titels uitgeleend door de bibliotheken, en sinds medio 2014 worden er ook titels gestreamd door abonnementsdiensten.

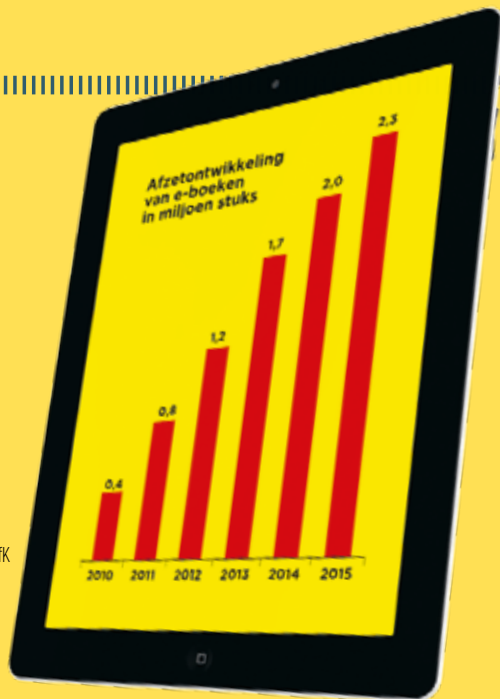
Het verhaal dat e-boeken ten opzichte van papieren boeken te duur zijn, is intussen grotendeels achterhaald. Volgens CB Logistics daalde de gemiddelde adviesprijs die uitgeverij voor hun e-boeken

vaststellen van 84% van de prijs van het navenante papieren boek in 2010 naar 57% aan het einde van 2015. Mogelijk zet dat een rem op illegale downloads.

In het najaar van 2015 was het aanbod aan Nederlandstalige e-boeken opgelopen tot ruim 42.000. Toch is 12% van de titels die voorkomen in De Bestseller 60 van de CPNB nog steeds niet als e-boek te krijgen. Dit heeft te

maken met het feit dat de e-lezer een totaal andere genrevoorkeur heeft dan de p-lezer. Percentsgewijs brengt het e-boek dubbel zoveel fictie bij het publiek als het papieren boek, en binnen het fictiegebied dan vooral spannende boeken. Vooral voor visuele genres als informatieve non-fictie en kinderboeken blijft het e-boek een klein dingetje. Bij informatieve non-fictie voelt het

Bron: KVB-SMB/GfK



HET PAPIER VOORBIJ

boek – ongeacht zijn drager – de druk van de gemakkelijke toegang tot informatie via internet. En bij kinderboeken is de ontwikkeling eerder dat steeds meer prentenboeken ondersteund worden door apps.

De openbare bibliotheken maken sinds het einde van 2013 serieus werk van het uitlenen van e-boeken. Het knelpunt daarbij is de omvang van het aanbod. Die wordt beperkt door de omstandigheid dat er voor elektronische uitleen geen leenrecht bestaat. De bibliotheken moeten dus met elke uitgever afzonderlijk afspraken maken over de bibliothecaire beschikbaarheid van zijn e-aanbod. Met als gevolg dat de bibliotheken eind 2015 nog niet

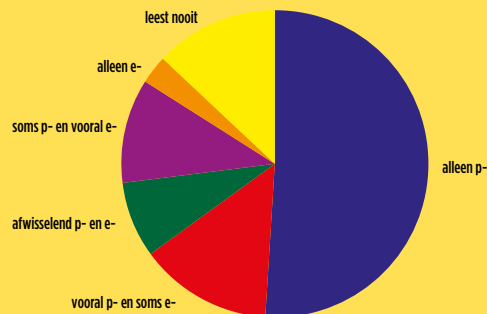
meer dan 11.000 e-titels in de aanbieding hadden. Ze werden rond de 1,6 miljoen maal uitgeleend.

De nog jonge abonnementsdiensten bieden het publiek de gelegenheid om tegen betaling van een vast bedrag een meer of minder onbeperkt aanbod te lezen.

Het aantal verkochte e-boeken ontwikkelde zich zeker maar langzaam van 4,7% van het totaal aantal verkochte boeken over 2013 naar 6,5% over 2015. Kijk vervolgens naar het duizelingwekkende aantal apparaten dat in Nederland aan het e-boek ter beschikking staat, namelijk 1,6 miljoen readers, 8,6 miljoen tablets en 10,6 miljoen smartphones

Hoe leest de Nederlander zijn of haar boeken?

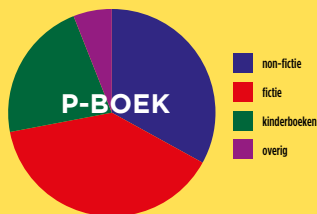
(Bron: SMB/GfK Boekenbranche meting 2015)



– vier miljoen meer *devices* dan er Nederlanders zijn – en de stijging van het marktaandeel van e-boeken doet bepaald rustigjes aan. Dat is ook terug te vinden in het totaal aantal e-lezers, dat stijgt de laatste twee jaar eigenlijk niet meer. Van de p-lezers laat dan ook slechts 3% weten de overstap naar elektronisch te overwegen. Die overstap is vooral een toevoeging en geen vervanging. P-lezers die op bepaalde momenten en bepaalde plekken de voorkeur geven aan e-lezen, bepalen het beeld. De honderdprocentige e-lezer is een zeldzaamheid.

De omzet verdeeld over de genres, p-boek tegenover e-boek, 2015

(Bron: e-boekbarometer Centraal Boekhuis)



Maak van lezers luisteraars

Waarin het online-element in de Week van het Luisterboek zwaarder wordt aanzet.

Na een aantal jaren in april verhuisde de Week van het Luisterboek in 2014 naar de tweede helft van mei. Tegelijk werd de Luisterboek Award de Storytel Luisterboek Award, genoemd naar de streamingdienst die in 2013 uit Zweden naar Nederland was overgekomen. De jury onder voorzitterschap van Vincent Bijlo nomineerde vijf luisterboeken, waaruit het publiek de winnaar kon kiezen. Op 19 mei, de openingsdag van de Week van het Luisterboek, werd de winnaar bekendgemaakt in *Kunststof* op Radio 1. Dat werd *Echt gebeurd*, een keuze uit de maandelijkse middagen in theatercafé Toomler waar-

op mensen verhalen vertellen die ze zelf hebben meegemaakt (Rubinstein). *Echt gebeurd* werd samengesteld door Paulien Cornelisse en Micha Wertheim en kreeg 29% van de stemmen.

Als Luistergeschenk verscheen *Liever horen we onszelf*, geschreven en voorgelezen door Renate Dorrestein. Boekwinkels gaven het cadeau aan wie tijdens de Week van het Luisterboek minimaal € 9,95 aan (luister)boeken besteedde. Deelnemende

bibliotheeken gaven het Luistergeschenk aan nieuwe en bestaande leden. Het geschenk verscheen op cd en was ook als download beschikbaar.

In 2015 werd het online-element in de campagne steviger aanzet. De uitgave van het ondersteunende magazine *Luid* werd gestaakt, terwijl

8.745 ex. / 242 downloads



WEEK VAN HET LUISTERBOEK

het luistergeschenk *Zo, Louis* van Hugo Borst niet meer als cd in boekwinkels en bibliotheken gebracht werd, maar

alleen als gratis livestream of download beschikbaar gesteld.

Een minimum bestedingsbedrag was in de boekwinkels dus niet meer vereist. Deze aanpassingen kwamen voort uit de nieuwe missie die voor de Week van het Luisterboek geformuleerd werd, namelijk het streven om van lezers luisteraars te maken. Waarbij het er om gaat om de aandacht van het publiek buiten de boekhandel en bibliotheek te vangen en deze uiteindelijk naar de winkel of bibliotheek te brengen. Widgets en gepersonaliseerde boekenleggers attendeerden het publiek op het gratis aanbod. *Zo, Louis* werd 8.713 maal beluisterd of gedownload.

De Storytel Luisterboek Award werd van een publieksprijs omgekat naar een juryprijs. Nog steeds met nominaties, vijf in getal, bekendgemaakt op 6 mei. En met de onthulling van de winnaar op 18 mei in *Kunststof*. Die winnaar was *Een weeffout in onze sterren* van John Green, voorgelezen door Beatrice van der Poel (Rubinstein/Lemniscaat). De verantwoordelijke jury



bestond uit Vivienne van den Assem (presentatrice), Vivianne Bendermacher (journalist), Job Cohen (oud-politicus), Milouska Meulens (presentatrice) en voorzitter Vincent Bijlo (cabaretier).

Partners in de Week van het Luisterboek zijn Storytel, uitgeverij Rubinstein, distributeur Luisterhuis, Luisterrijk en de Koninklijke Bibliotheek (LuisterBieb).

8.723 downloads



Kameleon en Gekko

Al enkele jaren bestonden er kinder-media-prijzen voor de beste digitale toepassingen voor kinderen. Zo bekroont de Media Ukkie Award jaarlijks de beste app voor peuters en kleuters. En er zijn twee tweejaarlijkse Gouden @penstaarten, de ene voor online content voor kinderen, de andere voor online content voor kinderen dóór kinderen. Af en toe vallen ouders en leerkrachten terug in de neiging om de wereld van het kinderboek en de wereld van online content als twee gescheiden universa te beschouwen. Maar in de ogen van kinderen hoeft dat helemaal niet zo te zijn. Dat was reden voor de CPNB om begin 2015 bij het kindermedia-prijzencircus aan te haken. Dat kreeg vorm in een coalitie die de CPNB smeedde met Mediawijzer.net (het Nederlands expertisecentrum voor mediawijsheden), met de Kennisnet website mijn-kindonline.nl en met ECP Platform voor de InformatieSamenleving (de organisatoren van bovengenoemde prijzen). De CPNB nam voor deze Kinder



Kameleon: *Roodkapje. Een sprookje in 3d* (Gottmer)
Gekko: de app van *Het muizenhuis* (Rubinstein).

Mediacoalitie de persbenadering op zich, terwijl het prijzenpalet verrijkt werd met twee nieuwkomers. De ene is de Kameleon, voor het beste interactieve kinderboek, de andere is de Gekko, voor de beste app die een interactieve *spin-off* vormt van een kinderboek. Het totale prijzenpakket kreeg de naam Kinder Media Awards mee.

Wat heb je verder nodig voor zo'n bekroning? Je hebt een locatie nodig, dat is het Instituut voor Beeld en Geluid. Dan behoef je een jury, zo een waarin liefhebbers van design en innovatie de degens kruisen met professionals uit de wereld van onderwijs en opvoeding. Voor de Kameleon en de Gekko waren dat Adriana Bus (hoogleraar orthopedagogiek), Thomas Drucker (vormgever), Julienne van den Heuvel (projectleider Boekstart KB), Koen Rotteveel (creative director DOKLAB) en Pascale van Wijk (redacteur Snugger NBD Biblion).

Met dank aan Stichting Lezen voor inhoudelijke ondersteuning.



LeesID

Op 7 september 2014 ging LeesID live. Op zijn bondigst samengevat is LeesID de boekenplank voor het e-boek. Waarom een boekenplank voor e-boeken? In de eerste plaats omdat een boekenplank overzicht biedt over je boekenbezit – en daarmee toegang. Ongeacht hun herkomst of uitvoering zijn papieren boeken eenvoudig naast elkaar te zetten, in je Billy- of Lundiakast. Met e-boeken is dat ingewikkelder. Bestandsformaten verschillen en sommige aanbieders kiezen ervoor een exclusieve e-reader aan te bieden.

Vandaar LeesID, ontwikkeld naar een idee van Daniël Ropers (bol.com) en Eppo van Nispen tot Sevenaer (CPNB). Het is een digitaal platform dat toegang biedt tot alle e-boeken die je ooit



aanschafte. Dat wil zeggen: alle e-boeken die je ooit aanschafte bij een leverancier die bij LeesID is aangesloten. Dit bevrijdt je van de gedwongen nering bij één aanbieder en het verplichte gebruik van één speler. De partijen die vast willen houden aan zo'n gesloten systeem, hebben bij LeesID dan ook niets te zoeken. Intussen heeft 80% van de aanbieders van e-boeken zich bij LeesID aangesloten. Zij bekostigen LeesID via een bijdrage per download. Voor het publiek is LeesID kostenloos.

LeesID is ondergebracht in een aparte stichting, die is ingekwartierd in het pand van de CPNB. Wat LeesID doet, is ondersteunen van digitaal lezen, niet zozeer het promoten daarvan. Een bijkomend effect is dat zo'n platform illegaal downloaden tegengaat – ook niet onwelkom.

Het bestuur van LeesID wordt gevormd door Joop Boezeman, Caroline Damwijk en Hans van Velzen. Eppo van Nispen tot Sevenaer is directeur.

LeesID

Zit er nog ruimte?

Ieder jaar wordt het jaarvolume in de boekenverkoop met horten en stoten bijeengesprokkeld. En bijna ieder jaar is het verschil tussen de drukste en de stilste week een factor 3. In de stilste week, meestal als de lente losbarst, wordt er in Nederland voor krap € 7 miljoen aan boeken verkocht. De topweek van het jaar is de week voor Sinterklaas. In 2015 kwam de omzet die week uit op bijna € 21 miljoen.

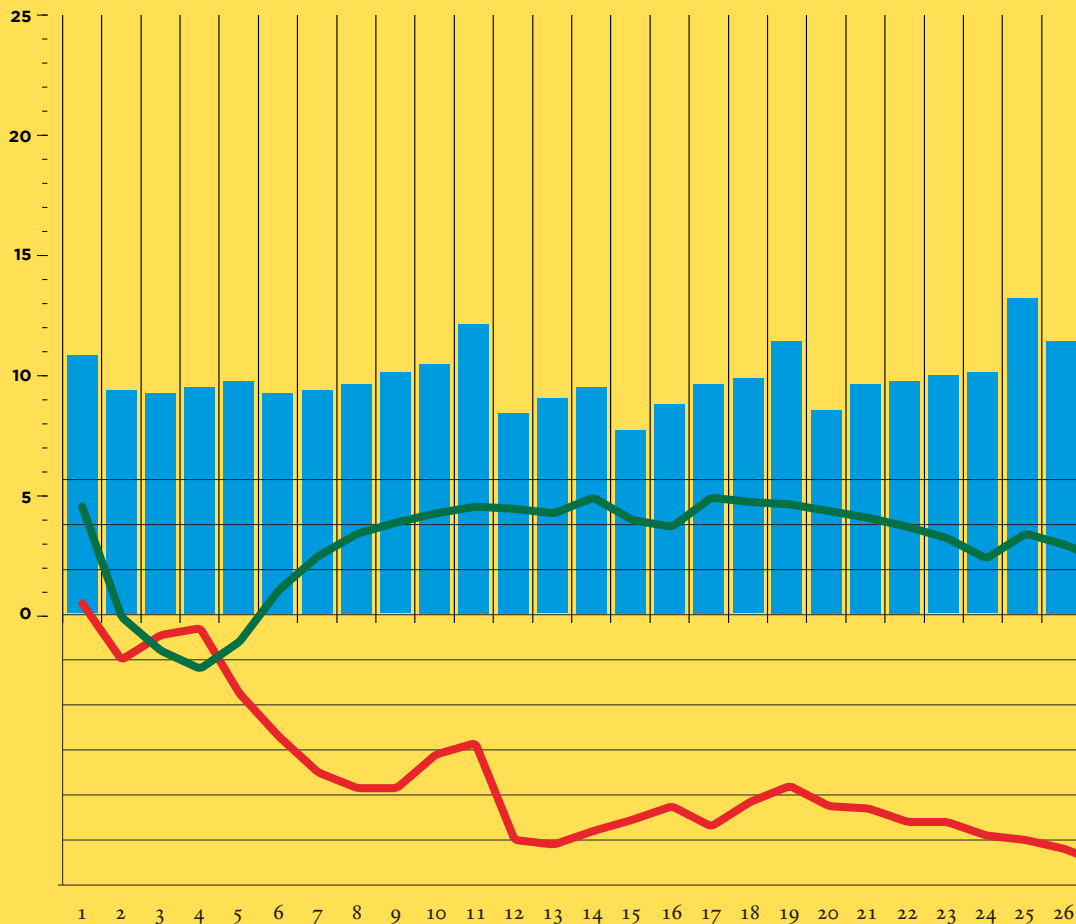
Bijgaande grafiek laat die jaarlijkse beweging zien. Het meeste vallen de Sinterklaas- en Kerstperiode op. Die kunnen, in een branche met smalle marges, het jaar maken of breken. De relatief kalme januarimaand is daarop

een organisch vervolg, compleet met inventarisatie en opruiming. De zichtbare CPNB-momenten in de kalender zijn de Boekenweek, Kinderboekenweek en in lichtere mate Juni - Maand van het Spannende Boek. Zij jagen in elk geval de verkoop van de betreffende genres omhoog. Deels samenvallende campagnes als de Nationale Voorleesdagen, de Maand van de Spiritualiteit en de Poëzieweek hebben op meerdere kleinere genres effect. En dan is er nog een retailbreed instituut als Moederdag/Vaderdag. Vergeet ten slotte niet de aanloopperiode naar de zomervakantie. Daaraan kun je zien hoe belangrijk lezen buitenshuis geworden is.

Waar zit nog ruimte? Waar zit potentie? Stel, je hebt nog budget te besteden, wanneer zet je dat in? In februari? Valentijnsdag brengt bij lange na niet zoveel teweeg als Moederdag en Vaderdag. Wereldboekendag van UNESCO, 23 april? Is groot in Spanje, maar moet hier bij nul beginnen. Augustus-september? In Frankrijk noemen ze dat de *rentrée*. Bij ons heeft 'de opening van het boekenseizoen' nog niet die kracht ontwikkeld. Fantasy rond Halloween? Misschien iets voor de jongere lezers. Of nog meer opbrengst uit Sinterklaas en Kerstmis nastreven? Dat vraagt een zware hefboom.

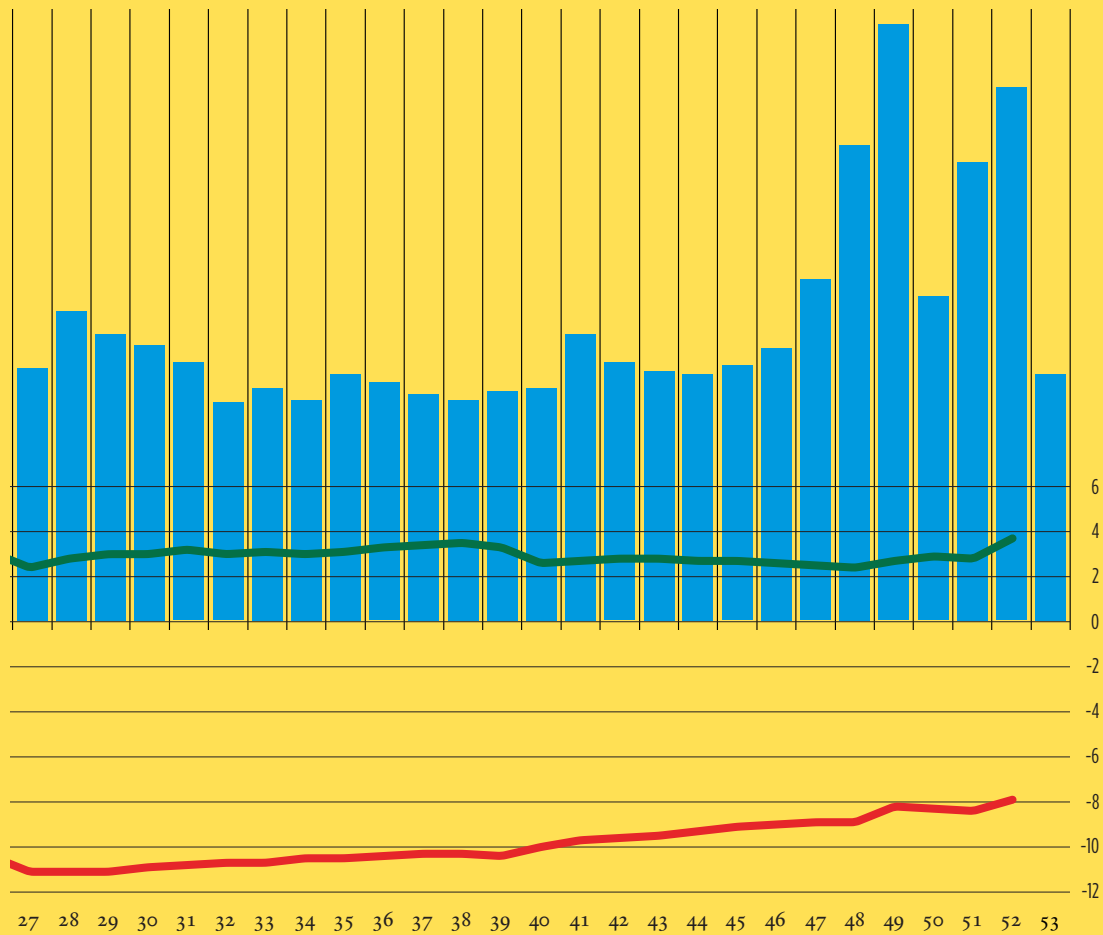
VAN WEEK TOT WEEK

In de staafgrafiek de wekelijkse omzet in papieren algemene boeken in 2015, in miljoenen. Daaronder in de lijngrafiek de cumulatieve week-op-weekvergelijking in procenten, in **rood** 2014 t.o.v. 2013 en in **groen** 2015 t.o.v. 2014.



VAN WEEK TOT WEEK

(Bron: KVB-SMB/GfK)



LINDA. # 120 en 132

Net als twee jaar eerder bood *LINDA*-magazine van augustus 2014 plaats aan een kortingsactie voor boeken. De kortingsbon die op de tijdschriftcover gehecht zat, verwees naar '25 topboeken'. In 2012 was het nog om 75 boeken gegaan – zo'n beperkter aantal communiceert krachtiger naar het publiek. Uitgevers konden titels voor de actie aanmelden, een panel van boekverkoopers belaste zich met de samenstelling. Ook *LINDA*. en de CPNB keken daarbij mee. De boeken stonden niet alleen in de augustus-*LINDA*., maar ook op de druk bezochte website LINDAnieuws.nl. Bovendien nam *LINDA*. de actie mee in haar nieuwsbrief en richting de sociale media.

Het augustusnummer van *LINDA*. is mede door de samenwerking het best verkochte nummer van het jaar. Het brengt tussen half juli en eind augustus



extra publiek naar de boekwinkel toe. De lezers van *LINDA*. zijn vooral tussen 25 en 49 jaar oud, jonger dan het doorsnee boekenpubliek. Samenwerken met *LINDA*. is dus een vorm van tegen de grenzen opboksen. De winkels konden winkelmaterialiaal bij de CPNB bestellen – en losse *LINDA*.'s via de CPNB of via distributeur Aldipress.

In 2015 werd de actie ongewijzigd herhaald, uiteraard met 25 andere titels. Het *LINDA*.-nummer van augustus 2015 werd het best verkochte nummer ooit,

met ruim 277.000 stuks. Het aantal verzilverde bonnen overschreed de 10.000, dat als een goed resultaat is te beschouwen. De uitgevers en boekverkoopers die het aanging brachten gezamenlijk de korting op.





**KOOP LINDA.
EN KRUG
€5 KORTING
OP TOPBOEKEN**

LINDA
132

HET IS HIER FANTASTISCH

LIJVEN BIJ HET KORTINGSGAATJE VAN LINDA. IN EN ONTVANG €5 KORTING OP DE WINKEL 25 TOPBOEKEN



Het land door

Waarin Manuscripta het boekenpubliek ter plekke opzoekt, in Utrecht en Zwolle.

Begin 2014 besloot de CPNB om Manuscripta en de ondertitel 'opening van het nieuwe boekenseizoen' te franchisen. Dat betekende het vertrek van Manuscripta uit Amsterdam, onderweg naar elk jaar een andere stad met een stevige literaire infrastructuur. Reden hiervan is onder meer dat de boekenliefhebbers zich uiteraard niet uitsluitend in Amsterdam bevinden en dat aansluiting bij bestaande boekenevenementen een betrokken publiek binnen brengt.

Op 7 september 2014 was Manuscripta onderdeel van het Utrechts Uitefest. In het gebied rond het Stadhuis stonden 33 uitgeverstands. De centrale hal van het Stadhuis, de Winkel van Sinkel en Theater Kikker herbergden podia. De kindervergadering concentreerde zich in de Centrale Bibliotheek. Uit het buitenland



kwamen Jill Mansell, John Boyne, Denis Westhoff (de zoon van Françoise Sagan), en Jérôme Ferrari. De laatste was, samen met vertalers Jan Pieter van der Sterre en Reintje Ghoos, de winnaar der Europese Literatuurprijs voor zijn roman *De preek over de val van Rome* (De Bezige Bij). De uitverkiezing voor Boekverkoper van het Jaar van de Stichting Elspeet Conferenties werd gewonnen door Walter Jansen van





MANUSCRIPTA

prijs voor *Een handvol sneeuw*, vertaald door Elly Schippers (Van Genneep), in ontvangst. Het nieuwe tijdschrift *De Boekensalon*, speciaal voor leesclubs, beleefde zijn lancering. Lisa Sniijders van Boekhandel Stevens in Hoofddorp werd uitgeroepen tot Boekverkoper van het Jaar. En dan was er nog 'Het schip in met een auteur'. Dat betekende drie dagen lang vaartochten door het stadscentrum onder begeleiding van een schrijver.

boekhandel Jansen & de Feijter in Velp.

Een jaar later was Manuscripta onderdeel van het Stadsfestival in Zwolle. Op het Rodentorenplein, het hart van het festival, waren de stands van uitgevers geconcentreerd. Na vorig jaar was over het nut van uitgeversstands het nodige heen en weer geëvalueerd, maar er bleken ook nu weer genoeg uitgevers te zijn die een stand wilden, meer zelfs dan vorig jaar. De auteursoptredens vonden plaats in Villa Hofvliet, Schouwburg Odeon, de Stadkamer en de boekhandels Waanders en Westerhof. De Duitse topauteur Jenny Erpenbeck nam de Europese Literatuur-



Terug naar de radio

De laatste weken van het jaar zijn voor de boekverkoop de beste. Dat betekent dat een marketinginspanning over de volle breedte van het aanbod in die periode de meeste vruchten af kan werpen. Dan praten we over een kostbare inspanning die niet kan profiteren van *free publicity*, een specialisme van de CPNB. Terwijl de bibliotheken hier aan de zijlijn staan.

Het zijn dus de uitgevers en de boekverkopers die voor een Eindejaarscampagne geld uit de rots moeten slaan. De CPNB kan dan de actie verder faciliteren.

Geld uit de rots? In een krimpende markt? Voor niks gaat de zon op, ook in de boekenbranche. De Eindejaarscampagne die er in 2014 kwam, was dan ook smaller van opzet dan die in de jaren ervoor. De basisopzet was vertrouwd: tijdens de Sinterklaas- en Kerstperiode gaven boekwinkels Boekenbonnen van € 5 weg bij besteding van € 20 – zolang hun



voorraad van die speciale bonnen strekte. Tussen Kerstmis en einde januari waren de bonnen inwisselbaar. De CPNB ondersteunde de actie met digitaal winkelmateriaal.

Er gingen 159.220 Boekenbonnen over de toonbank en er werden er 71.168 ingewisseld. Met het terugkeerpercentage, *redemptie*, van 45% behoort de Eindejaarscampagne tot de meer succesvolle grote landelijke retailacties.

Een jaar later konden de GAU (uitgevers) en de KBB (boekverkopers) elkaar niet vinden over een voortzetting. Daarop besteedde de CPNB het flankerend budget voor de Eindejaarscampagne aan een radiocampagne voor het boek als kerstcadeau. Met de teksten van Kees Sterrenburg en de stemmen van Carla Hardy, Kees Hulst en Wim T. Schippers werd het vertrouwde team uit eerdere jaren nog eens van stal gehaald. In de week voor Kerst beleefden de spots meer dan 2.000 uitzendingen – tot in de haarvaten van de radio. Qua verkoop was deze kerstperiode de beste sinds 2012.

Wat wij lezen

Op deze en de volgende vier pagina's paraderen de 105 aanvoerders van de wekelijkse Bestseller 60 in 2014 en 2015. Dit zijn de boeken waar de uitgevers trots op zijn, boeken die, al is het maar voor één week, de boekenverkoop hebben gedomineerd.

Twee titels hielden dat in de verslagjaren negen weken vol, *Kieft* van Michel van Egmond (v1 Boeken) en *Dit kan niet waar zijn* van Joris Luyendijk (Atlas Contact). Deze twee wonnen in deze jaren ook de NS Publieksprijs. Dat was niet vanzelfsprekend maar ook weer niet helemaal toevallig.

Lager op de lijst spelen zich altijd weer wonderlijke dingen af. Zoals *De 100-jarige man die uit het raam klom en verdween* van de Zweedse auteur Jonas Jonasson (Signatuur). *Honderd-negen-en-tachtig*

weken op de lijst, dat is meer weken achter elkaar dan welk ander boek ook, sinds 2003. En niet één week op de eerste plaats.

Ook het bescheiden cadeau- en heisessieboekje van Berthold Gunster, *Omdenken* (A.W. Bruna Lev.), is een merkwaardig geval. Dat verscheen al medio 2010 in de lijst, maar is er sindsdien *twee-en-veertig* maal uit verdwenen om er steeds weer in terug te keren. Daar komt Volendam niet aan, al pendelend tussen de eredivisie en de eerste divisie!

De CPNB stelt De Bestseller 60 samen op basis van afzetdata uit de kassasystemen van de winkels, die GfK verzamelt in opdracht van KVB/SMB.



De Bestseller 60

DE BESTSELLER 60

2014



WEEK 1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



16



17



18



19



20



21



22



23



24



25



26

46



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

De Bestseller

DE BESTSELLER 60

2015



WEEK 1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



16



17



18



19



20



21



22



23



24



25



26

48

DE BESTSELLER 60



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



52



WEEK 53

Week van het Romantische Boek

Een relatief onopvallend genre binnen het terrein van de fictie is het romantische boek. Literaire fictie is nu eenmaal het genre dat de meeste aandacht trekt, geholpen door de immer ronddraaiende prijzen-carroussel. Het genre spanning met zijn seriematige karakter zorgt voor grote lezerstrouw, met een goede balans tussen mannenboeken (thrillers en *true crime*) en vrouwenboeken (literaire thrillers). Het genre van de romantische fictie blijft daarbij achter in spektakel. Toch is er een groot en stabiel publiek van lezeressen, dat plezier beleeft aan het kopen en niet te vergeten het lenen van Nederlandse of vertaalde romantische romans.

In 2014 leidde de ambitie om speciaal voor het romantische boek aan de weg te timmeren tot de oprichting van het Valentijnges-



De winnaars van de Valentijnprijs 2015



nootschap. Een groepje betrokkenen, onder wie vbk Uitgevers en schrijfster

Gerda van Wageningen, kwam tot de instelling van een Week van het Romantische Boek, in februari 2015 voorafgaande aan Valentijnsdag. Winkel materiaal en een publieksverkiezing voor de nieuwe Valentijnprijs maakten deel uit van de campagne. De CPNB ondersteunde het initiatief op drieërlei



Valentijnprijs 2015

wijze. Ze informeerde boekwinkels en bibliotheken door middel van

nieuwsbrieven, adviseerde over het pos-materiaal en leende de stemwidget uit die zij voor de NS Publieksprijs heeft laten ontwikkelen. Een eigen CPNB-actie zal het voorlopig niet worden, daarvoor biedt de jaarkalender geen plaats.

De beste literatuur op tv?

Mensen kunnen niet zonder verhalen, noem het een levensbehoefte. Voordat de Europese burgerij het boek omarmde, namen onze verre voorouders hun verhalen tot zich door naar liederen en balladen te luisteren. Rijm en ritme hielpen bij het onthouden. De drukkunst maakte rijm en ritme overbodig en daarop ontstond de roman, het verhaal om voor jezelf te lezen. Maar liederen, balladen en poëzie bestaan nog steeds.

Wat wij in het burgerlijke boekenvak fictie noemen, draait om verhalen. Verhalen van drieërlei soort: spannende boeken, literaire fictie en romantische boeken. De laatste jaren loopt

het aantal verhalen dat in een of andere boekvorm boekwinkel en bibliotheek passeert, stilaan terug. Hoe kan dat, met een levensbehoefte?

We noemen een aantal factoren die van invloed zijn op de lotgevallen van het fictiesegment:

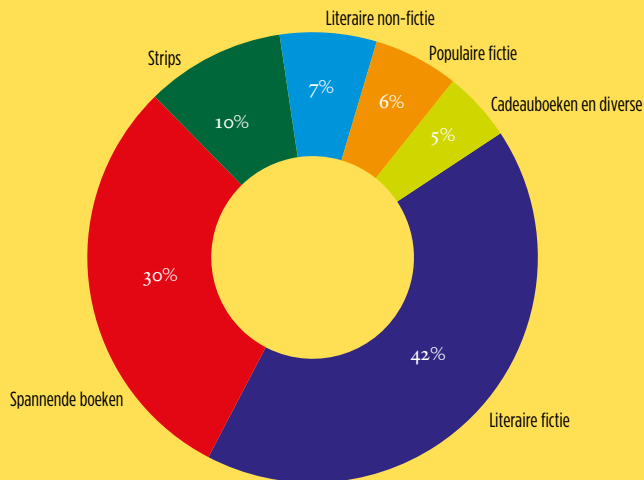
- Films en tv-series zijn uitstekende verhalenvehikels en winnen nog steeds aan bereik. Manon Uphoff schreef er een essay over, *De blauwe muze. Waarom de beste literatuur op tv te zien is* (De Bezige Bij).
- Als je kijkt naar hoe de museumwereld – ook een groeisector – aan de wegtimmert en naar zichzelf kijkt, dan zijn ze ook daar vooral

in de weer met het vertellen van verhalen. Minder dan ooit heeft het boek het alleenvertoningsrecht op het verhaal.

- Vergelijk je het profijt dat mensen zelf zeggen te hebben van verhalen in boekvorm, van het kijken naar films en tv-series, en van het spelen van games, dan scoort lezen in alle opzichten hoger dan kijken. Er zijn vier vormen van profijt waarin gamen tegen lezen op kan. Zie de infographic op pagina 53. Boeken worden niet alleen als nuttig en leerzaam ervaren, maar ook als plezierig en onderhoudend.
- Meer in het algemeen wordt alle tijdbesteding steeds ver-

Aandelen van de verschillende fictiegenres, papier en elektronisch, 2015, in procenten van de afzet.

(Bron: KVB-SMB/GfK)

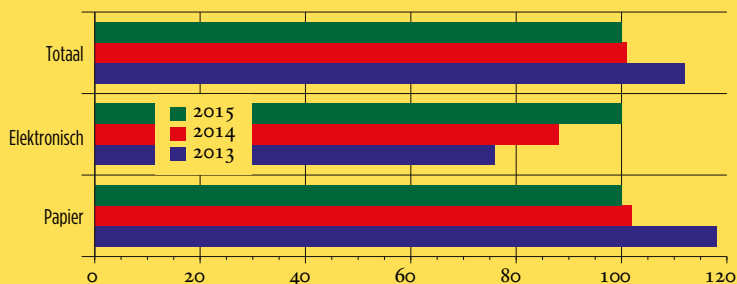


der versnipperd door nieuwe toetreders. De tijd besteed aan sociale media moet ergens vandaan komen. Ook daar circuleren talloze verhalen.

- Binnen de boekenbranche leent het fictiegenre zich het beste voor het e-boek. Dat betekent bij gelijkblijvende afname een lagere omzet, want e-boeken zijn lager geprijsd. Die lagere prijs bracht ook nog een keer minder op omdat e-boeken onder het hoge btw-tarief vielen. In het domein van de spannende boeken is de e-boekpenetratie het verst gevorderd.
- Bibliotheekcollecties krimpen, het aantal uitleningen daalt. Ook het aantal uitleningen per lid daalt. Daar wordt dus minder intensief gelezen. Bij de jeugdleden wordt in dit verband over *ontlezing* gesproken. Wat de volwassen leden betreft, brengt de krimp in de

Waargenomen trends in de afzet van fictie 2013-2015, 2015=100

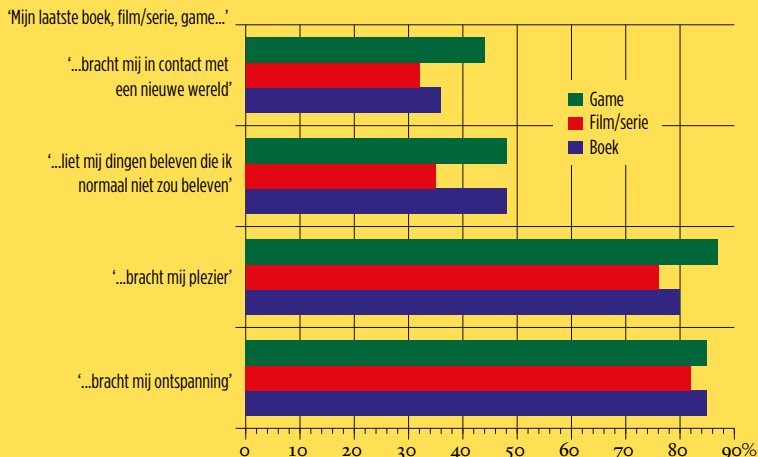
(Bron: KVB-SMB/GfK)



Het zelf ervaren profijt van fictie lezen, film of tv-series kijken en gamen.

Hieronder worden 4 vormen van profijt getoond. Op alle overige 12 scoort het boek beter dan games en films/series.

(Bron: KVB-SMB/GfK Boekenbranche meting 34b, 2015)



collecties misschien nieuwe klanten naar de winkel?

- De laatste tijd laten campagnes van de CPNB nog al eens het volgende beeld zien: het volume van de bestellingen blijft hetzelfde, terwijl het aantal afnemers daalt. Oftewel: de behoefte blijft, maar de beddingen waarlangs die

behoeften vervuld worden, verleggen zich.

- Een belangrijke factor die gauw over het hoofd gezien wordt, is het aanbod. Boeken die iedereen wil lezen zijn voor de branche van grote betekenis. Stieg Larsson, Dan Brown, *Vijftig tinten grijs*, ze rekken de markt op, maar ze

zijn niet op bestelling afroepbaar. Zijn zulke fenomenen er niet, dan krimpt de markt weer.

- Het literaire landschap verandert. De schrijvers die zich qua verkoop in de midden-categorie ophielden, verkopen nu aanzienlijk minder dan tien jaar geleden. Voor de ouderen betekent dit sappelen, voor de jongeren is optreden belangrijker geworden.
- Nieuwe inhoud zoekt nieuwe vormen. Kijk naar *Das Magazin*. Eerst een tijdschrift, toen een festival, daarna een uitgeverij.
- De jonge schrijversgeneratie staat klaar. Ze is talrijker dan het cohort waartoe intussen middelbare mannen als Arnon Grunberg en Ronald Giphart behoren. Je kunt erop wachten tot de eerste jonge schrijfster of schrijver echt doorbreekt.

Nu een basisactiviteit

Waarin vele organisaties in Nederland en Vlaanderen de handen ineenslaan.

Wat is een Slampion? Een supermal-se, nieuwe paddenstoel? Nee, een Slampion is de winnaar van het Nederlands Kampioenschap Poetry Slam. De twaalfde editie van dit kampioenschap werd in 2014 de tweede Poëzieweek ingeschoven. Het NK Poetry Slam vond op 1 februari plaats in RASA te Utrecht. Esther Naomi Perquin, winnaar van de vsv Poëzieprijs 2013, zat in de jury, Slampion werd Daniël Vis.

Een andere verrijking voor de Poëzieweek 2014 was *Boek een dichter* van het Nederlands Letterenfonds. Het bood boekwinkels, bibliotheken en scholen vijf weken lang de mogelijkheid om dichters te boeken tegen een speciaal Poëzieweek-tarief – alles in samenwerking met Stichting Schrijvers School Samenleving. Tegelijk stelde het Letterenfonds tien recente bundels van evenzovele dichters



centraal, die boekwinkels met extra korting konden inkopen. Van elke dichter kwam er een video online waarin deze uit de bundel voordroeg.

Het thema voor 2014 werd *Verwondering*. Het Poëziegeschenk *Buiten beeld* werd geschreven door aartsverwonderaar K. Schippers. Dan waren er nog de bewezen elementen zoals Gedichtendag, vsv Poëzieprijs, Herman de Coninckprijs, Turing Gedichtenwedstrijd en het afsluitende Gedichtenbal, ditmaal in De Brakke Grond te Amsterdam.

Het Poëziegeschenk van 2015 was *Giro giro tondo, een obsessie*, met vijftien sonnetten van Ilja Leonard Pfeijffer. Het motto van deze Poëzieweek was *Met zingen is de liefde begonnen*. Een geringer aantal bestel-

POËZIEWEEK



2015. Voor Vlaanderen waren deze cijfers 37 en 41.

De Poëzieweek jaagt de poëzieverkoop omhoog. Vergeleken met de weken ervoor, noteerde de Poëzieweek 2014 in Nederland een stijging van 46% en die van 2015 van 152%. Voor Vlaanderen



lers nam in totaal hetzelfde aantal geschenken af. De bibliotheken bestelden meer materialen, ondanks het feit dat ze dit jaar voor de weg te geven poëziekaarten moesten betalen. De nieuwe PoëzieBieb-app, gemaakt door de bibliotheek.nl, bood de mogelijkheid om gratis tien bundels te lezen. Er werden meer dan 18.000 bundels gedownload.

Het aantal dichtersoptredens in Nederland liep via 72 in 2014 op tot 96 in

POËZIEWEEK



9.045 ex.

tuin, Nederlands Letterenfonds, Awater, Vlaams Fonds voor de Letteren, Turing Gedichtenwedstrijd, Nederlandse Taalunie, NK Poetry Slam, De Groene Amsterdammer, SLAG, Boek.be en de CPNB.

Wat de CPNB betreft, daar wordt een actie voor poëzie intussen dermate vanzelfsprekend gevonden dat de Poëzieweek door de organisaties van uitgevers, boekverkopers en bibliotheken in 2015 is bestempeld tot zogenoemde basisactiviteit van de CPNB.

waren deze getallen 103% en 135%. Van de tien best verkochte poëziebundels in Nederland en de tien best verkochte in Vlaanderen was er in 2014 niet één hetzelfde.

Achter de Poëzieweek staat de Poëzietafel, een 'grote coalitie' van Poëzieclub, Poetry International, vsb Poëzieprijs, Poëziecentrum Gent, Stichting Lezen Vlaanderen (thans Iedereen Leest geheten), Stichting Lezen Nederland, Winter-

29.01 - 04.02 2015
POËZIEWEEK

27.01 DITTOERING VERKAR DE DOMINICUS	28.01 OPENING LES POËZIEWEEK
29.01 RECHTOFFEN	30.01 FINALE AN POTRY SLAM
POËZIEGESCHENK BIJ AANKOOP VAN € 12,50 AAN POËZIE CADEAU	04.02 BEKROONING WINNAAR TURING GEDICHTEN- WEDSTRIJD & GEDICHTENBAL

KLIJK VOOR ALLE ACTIVITEITEN OP WWW.POËZIEWEEK.COM



Poëzie in De Nieuwe Liefde

Sinds 2011 functioneert in Amsterdam De Nieuwe Liefde, centrum voor debat, bezinning en poëzie. Het is, na eerder De Populier en De Rode Hoed het derde gebouw in Amsterdam dat op initiatief van Huub Oosterhuis cultureel herbestemd is.

In april en mei 2015 verzorgde de CPNB via manuscripta.nl een live stream van de poëzieprogrammering van De Nieuwe Liefde. Het was weer eens een andere manier om initiatieven van anderen te ‘duwen’, een *streaming partnership*.

Achtereenvolgens ging het om Hennie Vriente die gedichten van Martinus Nijhoff las (12 april), Daniël Boissevain las Federico Garcia Lorca (10 mei) en Anna Enquist droeg voor uit eigen werk (24 mei).

The screenshot shows the Manuscripta website interface. The top navigation bar includes 'HOME', 'NIEUWS', 'BOEKEN', 'WFO', and 'FOTO'S'. The main content area features a video player titled 'Livestream: De poëzie van Federico Garcia Lorca' with a subtitle 'De Poëzie van Federico Garcia Lorca - 10 mei 2015'. The video player shows a person reading poetry on a stage. Below the video player, there is a section titled 'Verleefde, vermisd' with a small portrait of a man and a short text snippet.

Polare weg, winkels terug

Waarin de Boekenweek zich opnieuw bewijst als moeder aller promotie-acties.

Elf dagen vóór de Boekenweek van 2014 gingen de winkels van Polare in faillissement. Turbulentie alom. Hoeveel banen staan er op de tocht? Voor hoeveel duizend, tienduizend, honderdduizend euro gaan de leveranciers het schip in? Wat gaat dit betekenen voor de boekenbranche als geheel? Als een marktaandeel van twaalf tot vijftien procent acuut zou wegvalen... Het zal ons toch niet gebeuren dat we verder moeten zonder die vertrouwde winkels in drukke straten van onze studentensteden? En wat betekent dit voor de Boekenweek die voor de deur staat? Groot was de vrees dat met de twintig Polarewinkels een navenant stuk omzet zou wegvallen. In sommige steden was dit inderdaad aan de hand, maar niet overal.



p-boek
654.287 ex.
e-boek
8.853 ex.
luisterboek
284 ex.

Er waren ook collega-boekwinkels die van het omvallen van Polare meteen wisten te profiteren. En het lukte de CPNB om de door Polare bestelde geschenken en essays tijdig over andere verkooppunten te verdelen.

Het verbaasde geen enkele waarnemer dat onder deze omstandigheden de Boekenweek voor de deelnemende winkels uitkwam op een omzetmin van 3% – eigenlijk was het een meevaller. En het was altijd nog een stuk beter dan het cijfer voor de gehele markt.

Het essay *Artisch dagboek* van reisauteur Jelle Brandt Corstius vloog





zelfs zo snel weg dat bij hoge uitzondering tot een herdruk besloten werd. In barre tijden liever geen nee verkopen. De herdruk verscheen onder het imprint van Brandt Corstius' uitgever Prometheus.

De keuzes die de CPNB de voorgaande jaren ten aanzien van de Boekenweek had gemaakt zijn goede keuzes gebleken. In 2012 ging het om de introductie van een meerjarige campagne-stijl. Het jaar daarop werd de duur van de Boekenweek tot 9 dagen bekort. Zo kon de

ONDER TUSSEN ERGENS ANDERS

BOEK
EN
WEEK
2014

CPNB



aandacht in de jaren erna weer meer uitgaan naar de puntjes op de i.

Zoals de voorspoedige uitbouw van de schrijfwedstrijd verbonden aan de themabundel voor de bibliotheken, in 2013 geïntroduceerd. Reisorganisatie Djoser werd de nieuwe partner en in 2014 deelden de bibliotheken de bundel *Ondertussen ergens anders* aan hun leden uit, met achterin de oproep om een reisverhaal

p-boek
41.940 ex.
e-boek
683 ex.
luisterboek
85 ex.

in te sturen. *Dritte in Bunde* was nederland-schrijft.nl, het schrijversplatform van de bibliotheken. Het leverde

BOEKENWEEK

ruim 1.800 inzendingen op. Een groepje winnaars maakte een Djoser-reis naar Tanger, Marrakesh en Fez onder leiding van juryvoorzitter Abdelkader Benali.

Tommy Wieringa schreef het Boekenweekgeschenk *Een mooie jonge vrouw*. Het – naar landelijke maatstaven bescheiden – reclamebudget ging grotendeels naar radiospots en voor een klein stukje naar een facebookcampagne. Het bereik van radio heeft een hoge mate van overlap met het bereik van *free publicity* via pers en omroep.

Is zo'n radiospot een nuttige bevestiging omdat de consument zich nu eenmaal niet op stel en sprong over de brug laat trekken? Of is het meer van hetzelfde? Brengt een zwaardere inzet op sociale mediareclame fris publiek naar de winkels en de bibliotheken? Daarover praten ze, bij de CPNB.

Op 5 maart beleefde Het Buitenaards Boekenbal een verrassing toen Lee Towers opkwam om David Bowie's *Space Oddity* te zingen. Presentator Vincent Bijlo liet zich uit de toneeltoren naar beneden hijsen.

Het Boekenbal voor Lezers vond plaats



p-boek
761.900 ex.
e-boek
11.050 ex.
luisterboek
200 ex.

in De Harmonie in Leeuwarden. De dag erna stapten 240.000 mensen in een trein van hoofdsponsor NS met het Boekenweekgeschenk als plaatsbewijs.

De Boekenweek van 2015 speelde zich in een betere biotoop af dan die van 2014. Op vier na hadden alle twintig Polare-winkels zich tot kleinschaliger ondernemingen verpoet. De negatieve markt-trend was in de herfst van 2014 omgebogen en de algemene stemming rond het papieren boek en de fysieke boekwinkel was opgeklard – misschien wel als uitvloeisel van het Polaredrama.

Dimitri Verhulst schreef het geschenk *De zomer hou je ook niet tegen*, bond op het Boekenbal zijn accordeon voor en ging moeiteloos in duet met Willeke Alberti. Nieuw was een heuse afterparty na het





Boekenbal, in De Balie.

Het thema werd waanzin, onder het motto *Te gek voor woorden*. Pieter Steinz schreef daarbij het essay *Waanzin in de wereldliteratuur*. Voor boekwinkels en bibliotheken kwam een banierexpositie over dit onderwerp beschikbaar. Deze werd ontwikkeld in samenwerking met Museum het Dolhuys te Haarlem, dat een centrale rol speelde in Steinz' essay. Haarlem werd ook de plaats van handeling voor het Boekenbal voor Lezers.



Voor de bibliotheken kwam er de bundel *Te gek voor woorden*, met daaraan weer gekoppeld de schrijfwedstrijd. Ronald Giphart nam drie prijswinnaars mee op reis naar IJsland.

Na drie jaar daling steeg de bestelde oplage van het Boekenweekgeschenk weer licht. Het aantal gedownloade e-geschenken liep via 9.000 in 2014 op naar 11.000 in 2015.

p-boek
53.860 ex.
e-boek
109 ex.
luisterboek
37 ex.

Voor docenten en leerlingen in het voortgezet onderwijs werd een nieuwe website ingericht. Dit gebeurde met

steun van Stichting Lezen.

NS gebruikte de gratis reizenzondag om posts te vergaren over waar de mensen naar toe wilden reizen.

Daar kwam dan nog bij dat de Boekenweek van 2015 de 80ste was. Om daar bij stil te staan nodigde de CPNB alle auteurs van Boekenweekgeschenk en -essay uit voor een feestelijk diner. Dit vond plaats op donderdag 4 maart in L'Europe te Amsterdam. De aanwezige auteurs, van J.M.A. Biesheuvel tot Dimitri Verhulst, gingen voor *de Volkskrant* met elkaar op de foto.

Nadat bekend was geworden dat de twee weken waar de Boekenweek in viel een omzetting van 6,8% hadden opgeleverd, ontstond er het nodige tumult. Er waren nogal wat boekwinkels die slechter waren uitgekomen. Was het jaar-op-jaarcijfer geflatteerd doordat de fysieke markt in 2014 een gatenkaas was door het Polarechec? De KBB drong er op aan om centraal 'meetbare en transparante criteria' vast te stellen om de Boekenweek aan te toetsen. De CPNB heeft de ervaring dat

BOEKEN
7-15
MAART
WEEK
2015

boekwinkels erg divers zijn als het er om gaat hun ambities te benoemen. Natuurlijk verwelkomt iedereen een omzetplus. Maar voor de rest geven boekverkopers een groot aantal uiteenlopende ambities op. Ze noemen vooral klantenbinding, maar daarnaast aandacht voor de eigen winkel, het aantrekken van nieuw publiek of het meesurfen met de opwinding rond de Boekenweek.

De samenwerking tussen Nederland en Vlaanderen kwam een belangrijke stap verder doordat de Vlamingen met ingang van 2014 de Boekenweek ook in maart organiseerden. Door samenwerking kunnen de geleverde inspanningen meer rendement opleveren. Daarbij doet zich één knelpunt voor: de auteurs van geschenk en essay kunnen maar op één plaats tegelijk zijn. Dit hebben de Vlamingen nu opgelost door hun Boekenweek een week na de Nederlandse te programmeren. Ook in Vlaanderen was er in 2014 een gratis reizenzondag.



Logos Festival

In 2014 organiseerden de Amsterdamse podia De Balie en de Krakeling voor de tweede maal een festivalweekeind onder de naam Logos. 'In een tijd waarin beelden overheersen en taal transformeert tot afkortingen en emoticons, viert het Logos Festival de kracht en de rijkdom van het woord,' zo luidt de missie van dit festival. En dat dan 'van appen tot oeuvre, van kinderboek tot palindroom, van logi-

ca tot leugen, en van straat tot theater.'

Dat jaar vond Logos van 23 tot 25 mei plaats. Onder de optreders bevonden zich de schrijvers Karin Amatmoekrim, Saskia de Coster en Marcel Möring, singer-songwriter Maaike Ouboter en rappers Akwasi en Willie Wartaal. De CPNB droeg aan het festival een optreden bij van Renate Dorrestein, op dat moment de auteur van het

geschenk van de Week van het Luisterboek.

In 2015 vond het festival iets vroeger plaats, van 4 tot en met 8 maart. Dat bood voor de programmering de mogelijkheid om aan te haken bij het thema van de Boekenweek.

Beide jaren nam de CPNB Logos mee in haar nieuwsbrieven.

debalie



Overgangsfase

Waarin boekwinkels en bibliotheken hun deuren openzetten voor thrillerauteurs.

In 2014 had Juni - Maand van het Spannende Boek zware concurrentie te duchten van het wk Voetbal en ook van de weekeinden van Hemelvaartsdag en Pinksteren. Zo werd het voor boeken een moeilijke maand. Over de hele markt daalde de omzet van spannende boeken met maar liefst 32%. Zelfs het e-boek, dat in het domein van de spanning zijn diepste penetratie kent, kwam niet verder dan een toename van 1% in aantallen. Duidelijk voelbaar was dat de titel die alles goed kon maken ditmaal in het aanbod ontbrak. Terwijl het welslagen van de Maand in hoge mate van het aanbod afhankelijk is. Denk aan *Inferno* van Dan Brown in 2013.

Hoe dan ook, bij een commercieel gezien matige Maand is er altijd nog de *bottom*



p-boek
512.375 ex.
e-boek
18.261 ex.
luisterboek
439 ex.

line: winkels die met de campagne meedoen scoren nog steeds een paar procent gunstiger dan zij die zich afzijdig houden.

In 2014 werd het Maandthema *Terreur in Thrillers*. En natuurlijk waren er ook enkele nieuwe initiatieven.

Wat in Juni - Maand van het Spannende Boek altijd nog enigszins onontgonnen terrein was gebleven, waren schrijversop-tredens. In samenspraak met het Genootschap van Nederlandstalige Misdadauteurs ontstond nu het idee voor *Plaats Delict*, een concentratie van thrillerauteurs in de winkels en bibliotheken in het eerste weekeind van de Maand, 31 mei en 1 juni.





Het resultaat was dat 32 auteurs eropuit trokken.

Er was opnieuw een Spannende Boekentipper, die ditmaal tot stand kwam in samenwerking met lezerscommunity Hebban. Nieuw was dat de Boekentipper bij elk advies doorverwees naar de dichtstbijzijnde boekwinkel.

De Avond van het Spannende Boek verhuisde van Felix Meritis naar Pakhuis de Zwijger te Amsterdam. Eregast was geschenkauteur Tess Gerritsen, die een bezoek

van enkele dagen aan Nederland bracht. Na haar optreden op de Avond toerde ze langs zeven boekwinkels. Haar geschenk *Incendio* kreeg goede recensies en dat leidde vervolgens weer tot pers aandacht.

Een bijzonder moment leverde de bekendmaking van de uitslag van De Gouden Strop en de Schaduwprijs, in de presentatie van Isolde Hallensleben. Beide prijzen kwamen terecht bij hetzelfde boek, *Versleuteld* van Donald Nolet (TRC/Cargo).

In 2015 werd de Avond omgevormd tot een vakevenement rond de twee prijsuitreikingen. De hoeveelheid protesten die

JUNI - MAAND VAN HET SPANNENDE BOEK

dat opleverde stond in geen verhouding tot de bescheiden hoeveelheid los verkochte toegangskaarten in de afgelopen jaren. Locatie werd nu Lab111 in Amsterdam.

In 2015 leverde een samenwerking met Pathé een toevoeging aan het geschenkboekje op. Dat boekje, *Grijs gebied* van Marion Pauw, kwam in de boekwinkel met een code op een boekenlegger waarmee de klanten via Pathé Thuis de speelfilm *Daglicht* konden bekijken – naar een eerder boek van Marion Pauw. Dat Pathé daarvoor de eigen communicatiekanalen inzette, bezorgde de Maand een breder publieksbereik.

Grijs gebied bevatte nog een verwijzing en wel naar een gratis app i.s.m. Robert Overweg met het extra verhaal *Voor het te laat is*. Dit was geschreven door Simon de Waal en bevatte een aantal elementen die zich aanpasten aan de facebookomgeving van de inbeller.

Marion Pauw deed in de hele juni-maand 18 optredens bij boekwinkels en bibliotheken. Ook waren er weer de nodige *Plaats Delict*-avonden.



p-boek
502.920 ex.
e-boek
41.811 ex.
luisterboek
603 ex.

Het aantal gedownloade e-geschenken liep op naar 25.000. De verkoop van spannende boeken zat ook in 2015 weer in de min, maar minder dan het jaar ervoor. En de spannende boeken deden het beter dan het fictiegenre als geheel (-6,8% tegen -9,2%).

Bibliotheken benutten Juni - Maand van het Spannende Boek vooral voor ledenwerving. Ook zijn er bibliotheken die de Maand in de eerste plaats als een imagocampagne opvatten. In dit veld van verwachtingen blijft het zoeken naar de meest effectieve invulling. In 2014 liet de CPNB voor de bibliotheken een online Moordspel ontwikkelen. Bij dit spel moesten deelnemers een moordenaar ontmaskeren aan de hand van aanwijzingen die wekelijks beschikbaar kwamen. Het spel had eerder zijn kwaliteiten bewezen in



JUNI - MAAND VAN HET SPANNENDE BOEK

Friesland, waar het was ontwikkeld door de Bibliotheekservice Fryslân. Marion Pauw schreef de plot ervoor. Bibliotheken konden het vier weken durende spel op hun site of op hun facebookpagina plaatsen. Helaas bleek het spel bij een aantal bibliotheken niet te kunnen draaien als gevolg van een versnelde invoering van een systeemvernieuwing.

Daarnaast konden bibliotheken nieuwe leden werven met een Boekenbon van € 5 als premium.

In 2015 werd voor de bibliotheken aansluiting gezocht bij het jaarthema *Spannende Zaken. Politieverhalen in boeken*. Zo konden ze hun nieuwe leden een gratis zomervakantie-veiligheidscheck voor hun huis aanbieden – inbraakpreventie! Samenwerkingspartner hierbij was het ccv (Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid).

Daar kwam voor de bibliotheken een Feit & Fictie tournee bij. Daarvoor werden thrillerauteurs gekoppeld aan politie-experts zoals Erik van Rijsselt en Jim de Koning. Het initiatief viel bij de bibliotheken in de smaak, maar de publie-



ke belangstelling was hier en daar matig. Juni blijft een moeilijke maand voor evenementen binnenshuis met gesproken woord.

Al enkele jaren laat vooral de boekhandel weten dat een maand eigenlijk een te lange periode is voor een spannende boekencampagne. Kort na de aflevering van 2015 viel het besluit om met ingang van het volgende jaar de actieperiode te bekorten. In 2016 zijn de Spannende Boeken Weken daar.



Das Magfestival



Op 14 juni 2014 toverde het Das Magazin Festival voor de tweede maal Amsterdam om in de grootste leesclub van Nederland. ‘Het meest megalomane festival in de letteren’ claimden de organisatoren. Ook de harde feiten waren nog leuk genoeg: op dertig verschillende plekken in de stad evenzoveel auteurs steeds voor vijftwintig

deelnemers. Die deelnemers krijgen de te behandelen boeken van tevoren toegestuurd. ‘Het enige festival met huiswerk.’ De CPNB leverde een bescheiden financiële ondersteuning en stelde haar vergaderkamer beschikbaar voor de leesclub rond Joost de Vries.

Idem dito op 16 mei 2015. Nu met pakweg Jelle Brandt Corstius in de Artis Bibliotheek, Erik Jan Harmens in De Nieuwe Liefde en de Nieuw-Zeelandse schrijver Eleanor Catton (*Al wat schittert*)

DAS MAGAZIN
leesclub - festival



in het patriciërshuis De Drie Heuvelen aan de Herengracht. En na afloop van het leesclubgesprek allemaal op naar De Brakke Grond voor de afterparty.

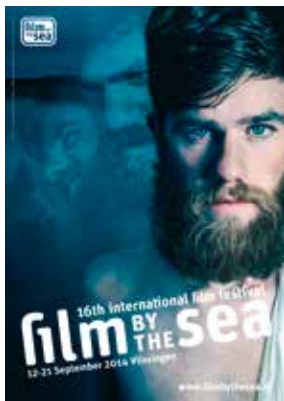
De formule van het Das Magazin Festival is intussen geëxporteerd naar Duitsland, België en Engeland.



Van Boek naar Doek

Waarin de CPNB de boekverfilming haar eigen prijs bezorgt.

Drie jaar lang ondersteunde de CPNB de publieksprijs van het festival Film by the Sea in Vlissingen. In 2014 werd deze samenwerking omgekat tot het uitreiken op Film by the Sea van een eigen CPNB-prijs, de Parel voor de beste boekverfilming. De hele maand juli kon het publiek via besteboekverfilming.nl stemmen op zes genomineerde films of een boekverfilming van eigen voorkeur. De nominaties werden bijeengebracht door Leo Hannewijk, directeur van Film by the Sea en twee filmrecensenten van mediapartner nu.nl, André Nientied en Barend de Voogd. Het naar voren halen van de stemperiode



maakte het mogelijk om stemmers kans te bieden op kaarten voor Film by the Sea met als hoofdprijs een Vip-arrangement. Op naar Vlissingen dus.

Het septemberfestival Film by the Sea heeft zich intussen een stevige positie verworven als de ankerplaats van de

PAREL VOOR DE BESTE boekverfilming 2014

Winnaar PAREL VOOR DE BESTE boekverfilming 2014



organiseert met dank aan
Stichting Collectieve deboekensalon.nl
Promotie van het
Nederlandse Boek



boekverfilming. Na dertien jaar lang voorzitterschap van Rinus Ferdinandusse stond de festivaljury in 2014 voor het eerst onder leiding van Adriaan van Dis. ‘Het was alsof de hele Randstedelijke incrowd zich naar Zeeland had verplaatst,’ rapporteerde jurylid Annemarie Oster in *de Volkskrant*.

Een nieuwe toevoeging aan Film by the Sea was een besloten ontmoeting tussen filmproducenten en rechtenmanagers van uitgevers, onder het motto *Van Boek naar Doek*. Film by the Sea organiseerde de ontmoeting samen met rechtenmanagementbureau Shared Stories en met bijdragen van Ambo|Anthos, de CPNB en het Nederlands Filmfonds.

Op 7 augustus 2014 werd bekend dat de Parel was gewonnen door *12 Years a Slave* van Steve McQueen, naar het boek *12 jaar slaaf* van Solomon Northup (Atlas Contact). De uitreiking volgde op 19 september tijdens Film by the Sea in Vlissingen. Er werden 6.700 stemmen uitgebracht.

Voor de Parel van 2015 werd hetzelfde parcours doorlopen, nu met *De Telegraaf*



als mediapartner en Marco Weijers en Annet de Jong als medesamenstellers van de shortlist. Bij *Van Boek naar Doek* praatte CPNB's Heleen Tersteeg de filmproducenten bij over de stand van zaken op de boekenmarkt. Parelwinnaar werd *Still Alice* met Oscarwinnaar Julianne Moore als nog weinig bejaarde Alzheimerpatiënt, naar *Ik mis mezelf* van Lisa Genova (The house of books). Er werden 6.300 stemmen uitgebracht.

Winnaar
PAREL VOOR DE BESTE
boekverfilming
 2015



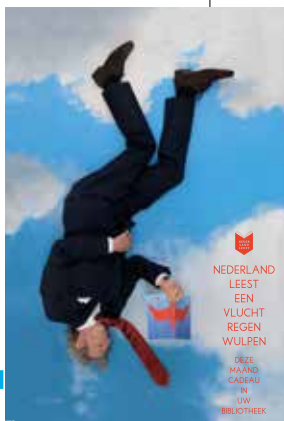
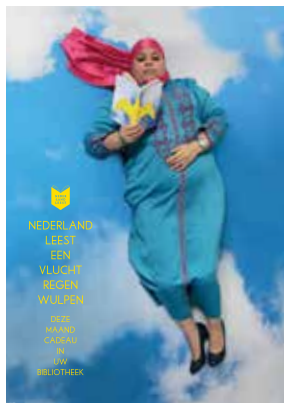
in samenwerking met de CPNB en het Nederlands Filmfonds
 met dank aan
 Stichting Collectieve deboekensalon.nl
 Programma van het
 Nederlandse Boek



Uitstapje naar het korte verhaal

Waarin het gaat van roman naar verhalen en van landelijk naar provinciaal.

Na twee jaar aandacht voor een dode schrijver (Hermans en Bomans) keerde Nederland Leest onder de levenden terug. *Een vlucht regenwulpen* van Maarten 't Hart werd het campagneboek voor 2014. Na acht sprankelende jaren trad Philip Freriks terug als ambassadeur van Nederland Leest. Het was nu aan de medewerkers van de bibliotheken alom in den lande om de Nederland Leestboodschap



met *schwung* uit te dragen. *Best practices* van de Bibliotheek Zuid-Hollandse Delta en de Nieuwe Bibliotheek Almere werden op de site van de CPNB aan de anderen ten voorbeeld gesteld.

Op een stralende eerste november voerde een heliocopter Maarten 't Hart en een ploeg van *Nieuwsuur* langs de bibliotheken van Schagen, Vriezenveen, Geldrop en Leiden. Er stonden burgemeesters en wethouders klaar om de schrijver te ontvangen. En natuurlijk werd er gesigneerd. De heliocoportocht liet het hele land weten dat Nederland Leest weer begonnen was.

Na de landing bij de bibliotheek van Leiden werd Maarten 't Hart getraceerd op de Lofrede op zijn boek. De Lofrede was ditmaal geen tekst maar muziek. Lofredenaar was de mezzosopraan Tania Kross. Componist Bob Zimmerman had samen met dichter Ruben van



Gogh een montage gemaakt van tekst uit *Een vlucht regenwulpen* en stukken van Bach, Haydn, Schubert en Mozart die in het boek voorbijkomen. Dezelfde avond zong Kross de Lofrede opnieuw in het tv-programma *Opium*.

Niet alleen de composities uit het boek werden in november apart voor het voetlicht gebracht, dat gebeurde ook met de regenwulpen en andere vogelsoorten uit het boek. Daarvoor zorgde Maartens Vogel Machine, een app met toepasselijke vogelgeluiden. Met de Vogel Machine kon je ook *Nederland Leest Live!* (een educatieve televisie-uitzending voor jongeren) en het slotfeest in Dordrecht live streamen. Ook

kon je direct door naar YouTube voor *De tijd verstrijkt in een vleugelslag*, een gefilmd gesprek van Onno Blom met Maarten 't Hart. Onder dezelfde titel was een verhaal van Onno Blom over *Een vlucht regenwulpen* toegevoegd aan de hardcover luxe editie die voor € 12,50 in de boekwinkels werd gebracht.



p-boek
in vijf edities
510.059 ex.
e-boek
1.072 ex.

Op 1 november zond NPO Cultura ook de speelfilm *Een vlucht regenwulpen* (1978) uit. Eraan vooraf ging een aflevering van *Benali boekt* uit 2012 over het boek. Erop volgde een gesprek van Adriaan van Dis met Maarten 't Hart. Een tweede uitzending beleefde de speelfilm op 7 november bij NTR.

Het al genoemde slotfeest vond plaats in Schouwburg Kunstmin te Dordrecht. Maarten 't Hart, Mensje van Keulen en Herman Brusselmans waren van de partij, maar ook Kees Moeliker, Stine Jensen en Redmond O'Hanlon. Maarten 't Hart ontving er een speciaal Diamanten Boek voor *Een vlucht regenwulpen*, omdat de

totale verkoop van het boek dankzij de Nederland Leest-oplage door het miljoen exemplaren was gegaan. Bibliotheek AanZet Dordrecht organiseerde de avond in samenwerking met de CPNB.

De evaluatie van deze Nederland Leest leverde een aantal verbeterpunten op. Met uitzondering van de grootletter-editie bleken de bestelde oplages over de hele linie teruggelopen, terwijl de mate waarin de bibliotheken aanhaakten nog voor verbetering vatbaar was. Vandaar dat de CPNB voor de tiende editie van Nederland Leest een andere weg insloeg. Er kwam niet opnieuw een roman centraal te staan, maar een ander genre, namelijk het

korte verhaal. A. L. Snijders, de uitvinder van het zkv (Zeer Korte Verhaal) werd bereid gevonden naar eigen voorkeur een bloemlezing van korte verhalen samen te stellen. Aan Snijders' 'veldboek' van 39 korte verhalen werd een sectie in het boek toegevoegd van korte verhalen die gelieerd waren aan één provincie. De kandidaten hiervoor waren door bibliotheken in de betreffende provincie aangedragen. Zo kwam er niet één boek voor het hele land beschikbaar, maar twaalf per provincie verschillende boeken. Allemaal met een 'eigen' toevoeging van minimaal 3 en maximaal 8 verhalen en allemaal met een voorwoord van de 'eigen' Commissaris

van de Koning. Zo kwam Nederland Leest, meer dan in de voorgaande jaren, naar de bibliotheken toe.

De presentatie van dit plan aan de bibliotheken ging vergezeld van een koektrommel vol klets-koppen. Op 25 augustus organiseerde ProBiblio een inspiratiesessie voor programmeurs, marke-



NEDERLAND LEEST

teers en front-officemedewerkers van bibliotheken in Noord- en Zuid-Holland.

Dankzij ruimhartige ondersteuning van Fonds XL konden er naast de twaalf ‘gewone’ edities ook twaalf verschillende grootletteredities verschijnen. En dan waren er nog twaalf e-boeken en twaalf luisterboeken, allemaal raadpleegbaar via bibliotheek.nl.

Editie nummer 13 was de editie voor leerlingen van 4 havo/vwo. Daarin werd de keuze van A. L. Snijders voorafgegaan door zes korte verhalen van Pepijn Lanen. Leraren werden online ondersteund met opdrachten, een vlog van hun collega Jörgen Apperloo en een verdiepingsartikel van Marita Mathijssen.

Als gevolg van verpieterd animo bleef een boekhandelseditie dit jaar achterwege.

Nederland Leest werd geflankeerd door een schrijfwedstrijd waarvoor gedu-



p-boek
in dertien edities
443.234 ex.
e-boek
1.577 ex.

rende de eerste drie weken van november korte verhalen ingestuurd konden worden. Ernest van der Kwast trad op als juryvoorzitter. Hij gaf de winnaar een exclusieve masterclass, terwijl het winnende verhaal voorgedragen werd op NPO Radio 4.

Ook de reclame werd in twaalfen gesplitst. Regionale omroepen vertoonden alle hun eigen regionale tv-spot.

De aftrap van de campagnemaand was een champagne-ontbijt in het radioprogramma *De ochtend van 4* vanuit de Openbare Bibliotheek Amsterdam. Naast A. L. Snijders verleenden pianist Marcel Worms en bibliothecaris-boekenblogger Leo Willemse

hun medewerking.

Het slotfeest vond plaats op vrijdagmiddag 27 november in Bibliotheek Rozet in Arnhem. Philip Freriks speelde daar een speciale aflevering van *De Slimste Mens*, getiteld *De Slimste Literaire Mens*, met Lydia Rood, Marcel van Roosmalen en leraar-schrijver Yke Schotanus als

deelnemers. En met A.L. Snijders in de rol van Maarten van Rossem. Daarna werd de uitslag bekendgemaakt van de Prijs voor de Beste Bibliotheek van 2015 en de verkiezing van de Bibliothecaris van het Jaar – een initiatief van *Bibliotheekblad* van NBD | Biblion. Winnaars respectievelijk De Chocoladefabriek in Gouda en Erik Boekesteijn van Doklab, Delft.

A.L. Snijders verzorgde in de novembermaand 17 optredens in bibliotheken door het hele land.

De bibliotheken bleken goed te spreken over de keuze voor het korte verhaal, maar dan vooral bij wijze van afwisseling. Een echte *long read* vinden ze toch geschik-



ter om mensen met elkaar in gesprek te brengen. En dat blijft voor de bibliotheken een voorname doelstelling, naast ledenbehoud en imagovestiging. De openbare bibliotheken waardeerden deze Nederland Leest met een 7,1. De campagne wordt mogelijk gemaakt door sponsor NBD Biblion.



Jonge schrijvers en debutanten

Op 21 november 2014 organiseerde Nieuwe Letteren voor de zesde maal de Jonge Schrijversavond in de Stadsschouwburg Amsterdam. De gepresenteerde schrijvers waren ditmaal Mano Bouzamour, Renee Kelder, Shira Keller, Yuki Kempees, Jamal Ouariachi en Anne-Marieke Samson. Extra toevoeging was de Gouden Schrijfmachine, een prijs voor een persoon of organisatie die zich heeft ingezet voor nieuwe literatuur. De verrassende winnaar werd Remco Campert omdat hij 'vanwege zijn bijzondere schrijverschap en prachtige oeuvre inspirationeel is geweest voor vele generaties schrijvers, dichters en lezers.' De CPNB leverde een bescheiden financiële bijdrage en zorgde voor persbenadering.

Omdat de Stadsschouwburg geen geschikte datum beschikbaar had, moest de Jonge Schrij-



versavond 2015 overslaan.

Wel was er dat jaar voor het eerst een Debutantenbal, op 7 februari in De Balie te Amsterdam. Ook daar was de CPNB partner. Het Debutantenbal vroeg aandacht voor nog iets priller talent dan de Jonge Schrijversavond. Hier ging het om aspirant-auteurs die hun manuscript onder de aandacht van uitgevers wilden brengen. Zij werden bij het evenement be-

trokken door een schrijfwedstrijd die in de voorafgaande maanden liep. Over hoe je schrijft en jezelf aan de man brengt werd een programma opgezet met onder meer Herman Koch, Manon Uphoff, Oek de Jong, Thomas Verbogt en Elfie Tromp. Naast De Balie en de CPNB waren bij het Debutantenbal betrokken de SLAA, NRC Boeken en de online schrijvers-academie Editio. Het Lira Fonds verleende ondersteuning.

De charme van je darmen

Even over de grens kijken. Wat verkocht er goed in Frankrijk in 2015? Boven alles uit torent de nieuwe Asterix. Dan komt *Soumission*, de nieuwe roman van Michel Houellebecq en vlak daarachter *Le charme discret de l'intestin*. Jazeker, we hebben hier te maken met de Franse versie van *Darm mit Charme* door Giulia Enders, een Duitse medicijnenstudente. In ons land haalde deze 'fenomenale masterclass' (Humberto Tan) de zestiende plaats in de Top 100 van 2014 en de elfde in 2015, onder de lichtelijk reukloze titel *De mooie voedselmachine* (Luitingh-Sijthoff).

Er is nog iets interessants aan de hand met de Nederlandse

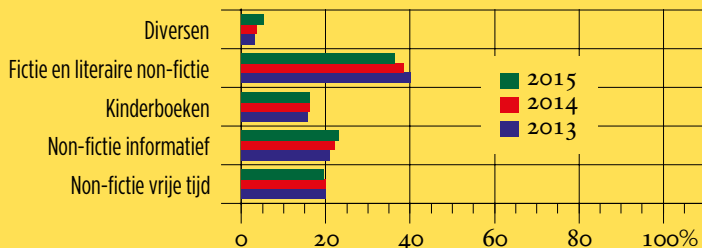
editie van deze internationale bestseller. De uitgever labelde *De mooie voedselmachine* als een geval van literaire non-fictie (NUR320). Dat is een tot het domein van de fictie behorende rubriek waarin van huis uit schrijversbiografieën werden ondergebracht. De laatste jaren zijn uitgevers hun kwaliteits-non-fic-

tie in deze rubriek gaan onderbrengen. Dat zou helpen deze titels van de plank af te krijgen in de richting van de tafels in de buurt van de kassa.

In het geval waarin het boek een verkoopsucces wordt, blijkt het een keuze met bizarre gevolgen. Want in al het marktonderzoek dat op de jaren 2014

Marktaandelen van de hoofdgenres binnen het algemene boek

(Bron: KVB-SMB/GfK)



en 2015 is losgelaten telt *De mooie voedselmachine* mee als fictie en niet als non-fictie. Terwijl niemand in ernst kan menen dat het boek van Giulia Enders iets met een thriller of een roman te maken heeft – hoe spits het ook geschreven is. Je kunt daar je schouders over ophalen, maar *De mooie voedselmachine* is niet zomaar een titel. Elke nieuwsgierige volger van het boekenvak kan uitrekenen dat alleen met *De mooie voedselmachine* in 2015 pakweg *een kwart procent* van de Nederlandse boekenmarkt was gemoeid. De keuze van de uitgever heeft dus de helderheid van de marktstatistieken voor een kwart procent vertroebeld. Neem ze met een korreltje zout, die statistieken.

Voor boekenvakkers mag non-fictie een courant begrip zijn, de boekenkopers weten niet goed wat ze zich er bij voor moeten stellen. Zij zijn vertrouwd met reisgidsen, kookboeken, sportboeken, hobbyboeken enzovoort.

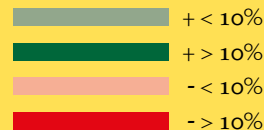
Het brede terrein dat het boekenvak tot non-fictie geabstraheerd heeft is voortdurend in beweging. Zo spoelt internet het draagvlak voor reisgidsen en woordenboeken weg. Eet- en voedseltrends laten zich meestal voelen in verschillende branches. De *smoothies* golf zag je terug in de boekwinkel, maar ook in de keukenshop waar de sapcentrifuges opeens niet aan te slepen waren. Het segment van de hobbyboeken wordt vanouds sterk bepaald door hypes als theezakjes vouwen of kleuren voor volwassenen.

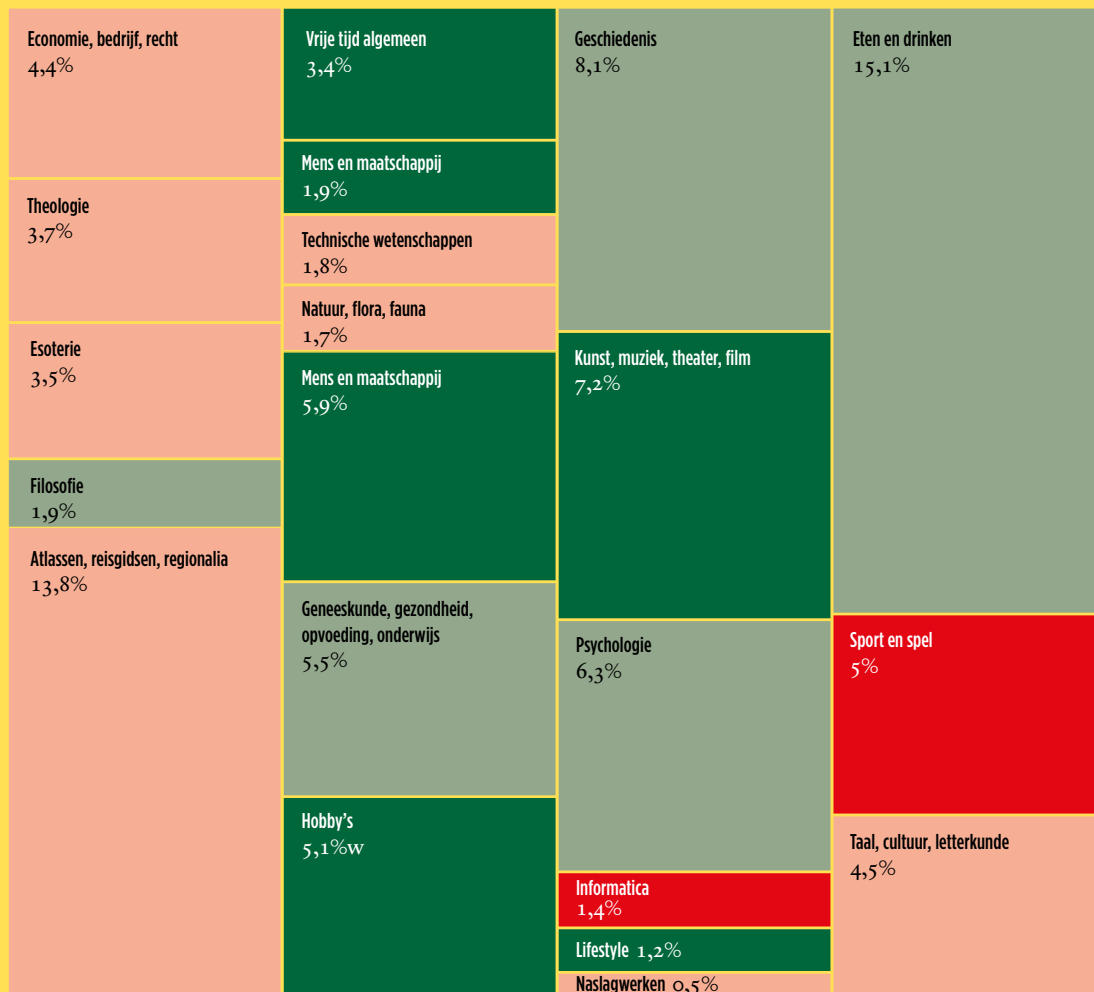
De cijfers melden dat het hele

terrein van de non-fictie zich in 2014 en 2015 goed heeft weten te handhaven. In ieder geval beter dan de verschillende fictiegenres bij elkaar. Het totaalcijfer blijft een gemiddelde van sterk uiteenlopende segmenten. Sommige daarvan zijn zo bescheiden van omvang dat een of twee bestsellers het beeld van het hele segment kunnen kleuren. Voor vier van die segmenten houdt de CPNB nu een eigen campagne in de lucht, namelijk koken, sport, geschiedenis en spiritualiteit. En dan was er nog de overall-prijs voor non-fictie, de Gouden Tulp.

Non-fictiegenres in 2015, in volume en cijfers hun aandeel in de non-fictieomzet, in kleur hun groei/krimp t.o.v. 2014

(Bron: KVB/SMB/GfK)





Arie Boomsma en Isa Hoes

Waarin boekhandel en bibliotheek meer werk maken van de spirituele niche.

Het boekgenre dat in 2014 de meest positieve cijfers liet zien, was informatieve non-fictie. Binnen dit terrein vallen ook de boeken over onze gezondheid en daar horen dan weer boeken over spiritualiteit bij. Voor de Maand van de Spiritualiteit ziet de CPNB als primaire doelgroep de potentieel geïnteresseerde lezer die nieuwsgierig is naar spiritualiteit. Secundaire doelgroep is de al bestaande lezer van spirituele titels.

Op 10 januari 2014 ging de Maand van de Spiritualiteit van start met het *Zin Inn Lichter Leven Event* in spiritueel centrum De Roos te Amsterdam. Arie Boomsma overhandigde er het eerste exemplaar van zijn geschenkboekje *Troost* aan cabaretier Peter Heerschop. Gedurende vijf uur was



p-boek
10.700 ex.
e-boek
46 ex.

er een afwisselend programma waarin het publiek blokjes van eigen voorkeur kon samenstellen. Medewerking verleenden onder meer Patty Harpenau, Rick de Leeuw, Lisette Thooft en Tijn Touber.

Het thema van deze Maand was *Lichter leven*. Mediapartners waren wederom dagblad *Trouw*, KRO/NCRV en – voor het eerst – het magazine *Zin*. *Trouw* was de organisator van de verkiezing van Het Beste Spirituele Boek. Tot en met 2 februari 2014 kon het publiek stemmen op een van de tien genomineerde titels. Uit de drie boeken met de meeste stemmen koos



een jury vervolgens de winnaar. Dat werd *Ik heb de tijd. Een handleiding in tijdsurfen* door de zenmonnik Paul Loomans (Ankh Hermes).

Ook kwam *Trouw* met een speciale bijlage over *Lichter Leven*, terwijl *Zin* een boekenbijlage van 32 pagina's bijdroeg. De KRO bracht tv-, radioprogramma's en speelfilms rond *Lichter leven* en organiseerde ook een aantal activiteiten. Boekverkopers selecteerden 25 Spirituele Toptitels die door de CPNB op een poster voor boekhandel en bibliotheek werden gezet. Deze lijst van 25 vormde tevens het uitgangspunt voor de tien nominaties van de *Trouw*-verkiezing.

In 2015 deed *Trouw* de verkiezing van Het Beste Spirituele Boek over aan de CPNB. Dit jaar kon het publiek zelf de winnaar kiezen uit vijf nominaties die waren vastgesteld door een groep van gespecialiseerde boekverkopers en redacteurs van *Trouw* en *Zin*. Deze verkiezing werd overtuigend gewonnen door *Liefdesbang*, het debuut van integraal therapeut Hannah Cuppen (Ankh Hermes). Er werden ruim 3.400 stemmen uitgebracht.

Het maandthema was in 2015 *Het gelukkige lichaam*. Isa Hoes schreef het



p-boek
22.005 ex.
e-boek
524 ex.
luisterboek
44 ex.

geschenboekje *Kompas*. Zij nam het eerste exemplaar in ontvangst op een bijeenkomst op 8 januari in Vondel CS te Amsterdam. Het lukte ditmaal helaas niet om de Maand op te luisteren met een groot openingsevenement.

Vergeleken met het geschenboekje van een jaar eerder, ging de bestelde oplage omhoog.

De boekhandel bestelde meer promotiepakketten, en ook de deelname van de bibliotheken zat in de lift. In de weken van de Maand van de Spiritualiteit werd 5,1% meer aan spirituele boeken omgezet dan het jaar ervoor.



Felicitweets

In 2013 stond de CPNB met een stand op de Huishoudbeurs, de *showcase* voor de nieuwe actie Lentekriebels, met een kortingsactie in de boekwinkel voor een twintigtal populaire non-fictietitels. Alles afwegende, bleken Huishoudbeurs en kortingsactie toch niet voor herhaling vatbaar. Zodat uit dit pakket de toekenning van de Gouden Tulp overbleef, de CPNB-prijs voor het beste non-fictieboek van het afgelopen jaar. Er werd besloten



om het Gouden Tulp-proces aan te vangen met een Tiplijst van vijf titels en de vier boeken die voor de prijs moeten afvallen een eervolle vermelding te geven. De boekverkopersjury bestond uit Marcel

Het beste informatieve boek van het jaar



de
Gouden
Tulp
2014

De 4 eervolle vermeldingen

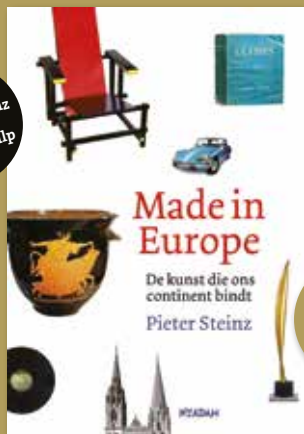


Stichting Collectieve
Propaganda van het
Nederlandse Boek

De Gouden Tulp 2015

Het beste informatieve boek van het jaar

Feliciteer
@PieterSteinz
met de
#goudentulp



de
Gouden
Tulp
2015

De 4 eervolle vermeldingen



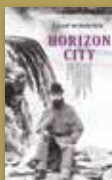
Casa Benali,
Abdelkader Benali en Saida Nadi Benali



De verbeelders, Sackis de Bock



Dijken van Nederland, Rijk-Jan Pleijster en
Coen van der Weken (GOLA landscape architecten)



Horizon City, Jaap Scholten

Stichting Collectieve
Propaganda van het
Nederlandse Boek

www.degoudentulp.com

Borgstijn (bol.com), Grietje Braaksma (De Bijenkorf), Jan Peter Prenger (Libris/Blz.), Theo de Vries (Bruna) en Dolf Pereboom (Pantheon Boekhandel). De winnaar van de Gouden Tulp werd het al veel bejubel-

GOUDEN TULP

de *Het raadsel van alles wat leeft* van schrijver Jan Paul Schutten en illustrator Floor Rieder (Gottmer). *Radio Een Vandaag* maakte de uitslag bekend.

In 2015 werd de boekhandel voor de periode tussen de bekendmaking van de Tiplijst en de einduitslag voorzien van posters. De winnaar werd ditmaal *Made in Europe. De kunst die ons continent bindt* van Pieter Steinz (Nieuw Amsterdam). In de jury zaten Marcel Borgstijn (bol.com), Grietje Braaksma (De Bijenkorf), Fien van Dorp (Scheltema), Jan Peter Prenger (Libris/Blz.), Wilma de Rek (*de Volkskrant*) en Theo de Vries (Bruna). Na de bekendmaking van de uitslag deed de CPNB een oproep om Pieter Steinz via Twitter met zijn prijs te feliciteren. Wie dat binnen 24 uur deed, maakte kans op een gesigneerd exemplaar van *Made in Europe*. De 'feliciteets' haalden een bereik van 350.000 'impressies'. De actie ging vergezeld van een advertentiecampagne op Twitter, waardoor het totale twitterbereik van deze Gouden Tulp uitkwam op 775.000.

Meer zichtbaarheid

Uitgevers van sportboeken organiseren al enkele jaren met elkaar een Week van het Sportboek. Waarin opgenomen de toekenning van twee al langer bestaande prijzen, de Nico Scheepmaker Beker door een jury en de publieksverkiezing van het Sportboek van het Jaar. Een van de organisatoren van deze bekroningen, Stichting Olympisch Stadion, vroeg de CPNB om ondersteuning. Het sportboek is een van de boekgenres die de laatste jaren gegroeid zijn. De gevraagde ondersteuning kwam er dan ook, bij de bekendmaking van de nominaties voor het Sportboek van het Jaar, in april 2013 in Tilburg.

Dat was een opstapje. In 2014 nam de CPNB de verantwoordelijkheid op zich voor de organisatie van de Week van het Sportboek. De organisator van de Nico Scheepmaker Beker bleef de Stichting Olympisch Stadion. De periode van de Week van het Sportboek, 19 tot 26 april, viel met opzet samen met de Nationale Sportweek, een evenement van NOC*NSF.



Aan de vooravond van de Week werden in Roermond de tien nominaties voor het Sportboek van het Jaar bekendgemaakt, zodat er tijdens de Week ook gestemd kon worden. De bekendmaking van de win-



naars van beide prijzen volgde op maandag 2 juni. Voor de publieksprijs werden 3.300 stemmen uitgebracht. Voetbal International besteedde aandacht aan de verkiezing op hun website en in het tijdschrift.

In 2015 was de Week van het Sportboek al iets uitgebreider. Er werd een nieuwe website gebouwd, er werd

voor de winkels en de bibliotheken meer materiaal ontwikkeld en er kwam een actie met 20 kortingstitels. De bekendmaking van de prijswinnaars verhuisde naar de te-



levisie. Eind april werd in RTL Late Night de publieksprijs toegekend aan *Kieft* van Michel van Egmond (v1 Boeken). Het aantal stemmers voor het Sportboek van het Jaar bleek van 3.300 naar 8.400 gestegen. Op 17 juni volgde de winnaar van de Nico Scheepmaker Beker live in de uitzending van Eva Jinek op NPO1.

De participatie van boekwinkels en bibliotheken was in deze twee jaar nog aarzelend. Een effect van de Week op de verkoop van sportboeken is er in elk geval wel. De aarzeling ligt eerder in de timing

WEEK VAN HET SPORTBOEK

van de campagne dan aan het genre in kwestie. In 2016 verplaatst NOC*NSF de Nationale Sportweek naar september. De Week van het Sportboek zal dan niet meegaan.

Initiatiefnemers van de Nico Scheepmaker Beker zijn Mark Grijsbach (sportboek.nl), Carla de Groot (Stichting Olympisch Stadion) en Jan Pieter Ellerbroek en Jurryt van der Vooren (sportgeschiedenis.nl).



Nico Scheepmaker Beker 2013



Sportboek van het Jaar 2013



Nico Scheepmaker Beker 2014 én Sportboek van het Jaar 2014



STEM OP JE FAVORIETE SPORTBOEK
WEEKVANHETSPORTBOEK.NL

In het spoor van de actualiteit

Waarin het boek zijn plaats opeist in een breed uitwaaiend evenement.

De Maand van de Geschiedenis is het grootste historische evenement van Nederland. In de verslagjaren vond de Maand voor de elfde en twaalfde maal plaats. Hoofdorganisator is het Nederlands Openluchtmuseum in Arnhem. Er zijn meer dan dertig culturele, toeristische en mediapartners bij betrokken die met elkaar gedurende de hele maand oktober honderden activiteiten op touw zetten en uitdragen. Een van die partners is de CPNB, die de Maand aangrijpt om de aandacht op geschiedenisboeken te vestigen. Dat gebeurt met de samenstelling van een thematitelijst door een comité van boekverkopers en biblio-



p-boek
8.580 ex.
e-boek
119 ex.

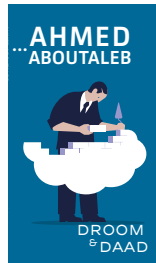
thecarissen. In 2013 is daar de uitgave van een essay bijgekomen. Daarnaast is er in oktober de jaarlijkse Libris Geschiedenis Prijs die kansen schept voor historische titels. En die titels kunnen soms vlammen. Dankzij babyboomers die met pensioen gaan?

In 2014 werd de Maand getooid met het thema Vriend & Vijand. Het openings-



evenement was een festivalachtige middag op Huis Doorn. Speciale aandacht ging uit naar de Eerste Wereldoorlog, die honderd jaar geleden begonnen was. De CPNB haakte op het thema in met het essay *Het kleine koude front* van voormalig Ruslandcorrespondent Michiel Krielaars. De veelzeggende ondertitel luidde *Hoe het Westen Rusland uit het oog verloor*. Vergeleken met *De ziel van Oranje* in 2013 bestelde de boekhandel zui- niger. Toch raakten de winkels de boekjes beter kwijt, mogelijk vanwege de nauwe aansluiting met de actualiteit – Oekraïne, MH17. De omzet van boeken over geschiedenis steeg in oktober 2014 met 4,6% ten opzichte van het jaar ervoor.

In 2015 herstelde ook de bestelde oplage zich weer, met *Droom & daad* van Rotterdams burgemeester Ahmed Aboutaleb. De titel spoorde met het jaarthema *Tussen Droom & Daad*. Volgens Aboutaleb is de weg van droom naar daad tegelijk de weg van ‘ik’ naar ‘wij’. Ondanks dat Aboutaleb maar beperkt tijd had voor interviews, raakte zijn boekje rap uitver- kocht. De extra vraag was zo groot dat de CPNB eind december een eenmalige speciale heruitgave van *Droom & daad* liet verschijnen. Compleet met een geactua-



**p-boek
14.265 ex.
e-boek
263 ex.**

liseerde inleiding die ook aan- dacht besteedde aan de recente aanslagen in Parijs. Het werd nu een hardcover voor € 5,95, drie euro meer dan het actieboekje. Deze heruitgave vormde een zeldzame uitzondering op de CPNB-regel dat actieboekjes alleen voor de actie zijn.

De participatie van biblio- theken ging in 2015 fors om- hoog, mede doordat zij gratis campagnepakketten konden bestellen. De voornaamste financiële ondersteu- ner van de Maand van de Geschiedenis is het vfonds.



Wat goed verkoopt nog beter verkopen

Waarin de zoektocht naar de optimale campagne voor kookboeken doorgaat.

In de afgelopen jaren – 2012 tot en met 2015 – heeft de betrokkenheid van de CPNB met het genre kookboeken verschillende vormen gekend, al dan niet in samenwerking met Bureau de Wonderneming (organisator van de Kookboeken7Daagse). Kookboeken vormen immers een succesvol genre, met tussen 2010 en 2014 een omzettingstijging van 17%. Een dergelijk genre verdient een collectieve promotie-inspanning om het succes nog verder op te stuwten.

In het laatste verslagjaar organiseerde de CPNB haar eigen Kookboekenweek. Na overleg met be-



trokken partijen uit het vak viel de keus op de aanloop naar de cadeauperiode, de week van 26 oktober tot en met 1 november. Sinds jaar en dag vormen de laatste twee maanden van het jaar het hoogseizoen van de kookboekenverkoop.

Aldus viel de nieuwe Kookboekenweek twee weken voor de periode van de Kookboeken7daagse, een samenloop waarop verschillende reacties mogelijk zijn. Sommige hielden het bij hoe meer reuring, hoe beter. Andere spraken over versnippering en kans op verwarring.

De verwarring lag vooral op de loer vanwege de opeenhoping van kookboekenprijzen. De afgelopen jaren had de Kookboeken7daagse zich bij uitstek afgespeeld rond Het Kookboek van het Jaar, een juryprijs voor het beste Nederlandse of vertaalde kookboek, en de Gouden Garde Publicksprijs. De CPNB introduceerde in de Kookboekenweek een nieuwe juryprijs voor het beste oorspron-



kelijk Nederlandstalige kookboek, Het Gouden Kookboek. Jonah Freud (De Kookboekhandel), Roos Schlikker (*Het Parool*) en Just Enschedé (voorheen De Best Verzorgde Boeken) namen in de jury plaats. Op de openingsdag van de Kookboekenweek werd de winnaar van de prijs bekendgemaakt in het tv-programma *Tijd voor Max* (NPO2). De nieuwe prijs werd geflankeerd door een compact en aantrekkelijk *Kookboekenmagazine* en een nieuwe website kookboekenweek.nu. De Boekenbon haakte in met een KookBoekenbon winactie. Uitgevers, boekverkopers en

bibliotheken zijn er van doordrongen dat zo'n nieuwe campagne niet in één jaar perfect op poten staat. Voor 2016 is inmiddels de samenwerking met de Kookboeken7Daagse weer opgezocht, om tot zoveel mogelijk stroomlijning en zo min mogelijk verwarring te komen.



Nominaties
Het Gouden Kookboek
2015



**WINNAAR
HET GOUDEN
KOOKBOEK
2015**



Biografieprijs

Sinds 2010 wordt elke twee jaar de Biografieprijs toegekend, in het leven geroepen door de Stichting Erik Hazelhoff Roelfzema. Naast het streven om het gedachtegoed van de *one and only* Soldaat van Oranje in stand te houden, wil de naar hem genoemde stichting ook de belangstelling voor biografieën bij een breed publiek vergroten. Een derde doelstelling is om jonge, getalenteerde schrijvers te stimuleren om naast een 'gewone' carrière ook het schrijverschap te ambiëren.

Deze ambities zijn uitgekristalliseerd in twee prijzen. Er is de Biografieprijs, voor de beste biografie die in de afgelopen twee jaar gepubliceerd is, gedoteerd met € 15.000. En er is de Erik Hazelhoff Jong Talentprijs voor een masterscriptie geschreven aan een Nederlandse of Vlaamse universiteit. Deze prijs is gedoteerd met € 5.000 en een

auteurscontract van uitgeverij Unieboek | Het Spectrum.

In 2014 raakte de CPNB eenmalig bij de Erik Hazelhoff Roelfzemaprijzen betrokken. De taken die de CPNB op zich nam waren jurybegeleiding, contacten met de uitgevers en persverlichting. De jury bestond uit Luc Devoldere (classicus/auteur),

Els Kloek (historicus/auteur), Marja Pruis (recensent), Hans Renders (hoogleraar biografie RUG) en voorzitter Paul Schnabel (voormalig directeur SCP). De winnaar van de Biografieprijs werd *De gefnuikte arend. Het leven van Willem Bilderdijk* van Rick Honings en Peter van Zonneveld (Prometheus Bert Bakker).

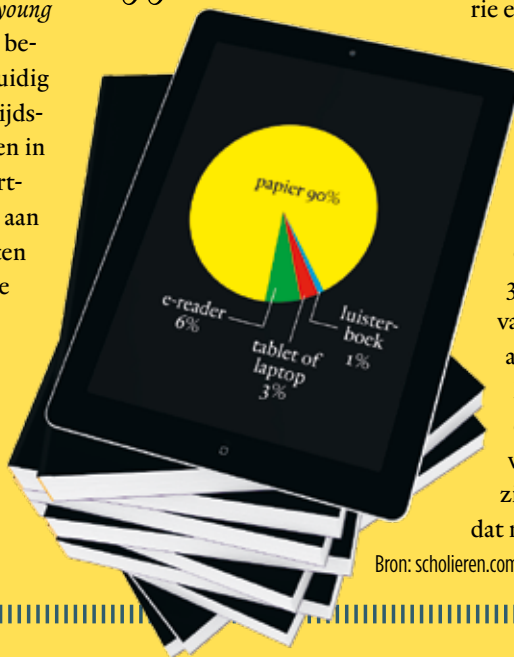


Boekjunkies en leesmijders

Er zijn in Nederland 2,25 miljoen jongeren in de leeftijd van 15 tot en met 25 jaar. Zij vormen de categorie die soms *young adult* wordt genoemd – een benaming die niet altijd eenduidig gebezigd wordt. Deze leeftijdscategorie omspannt leerlingen in de bovenbouw van het voortgezet onderwijs, studenten aan hogescholen of universiteiten en jongeren in de eerste fase van hun arbeidsloopbaan.

In de leeftijd 15-18 jaar is het aantal een kleine 800.000, voor de overgrote meerderheid scholieren. Vast staat dat het meest kansrijke kanaal naar deze categorie via

Hoe lees jij meestal?



Bron: scholieren.com

school loopt, met de leerkrachten als bemiddelaars. Voor boekpromotie blijft deze leeftijdscategorie een moeilijke, veschanst als ze is achter hormonen en sociale media. Maar daarom niet minder belangrijk.

Het zogenoemde PISA-onderzoek, een periodiek vergelijkend onderzoek van de OESO in 35 landen onder 15-jarigen van alle schoolsoorten, toont aan dat de geletterdheid in Nederland iets bovengemiddeld is en over een periode van twaalf jaar nauwelijks van zijn plaats komt. Naast het feit dat nieuwe media nieuwe media-

Meestgelezen voor school



Bron: scholieren.com

competenties met zich meebrengen, staat het belang van geletterdheid nog steeds overeind. En dan geletterdheid in de zin van het vermogen om met teksten van enige lengte om te gaan. In de ogen van de een leidt dit type geletterdheid tot slimmere, meer empathische mensen, de ander verwacht er sociale cohesie van, terwijl een derde de relatie legt tussen geletterdheid en ons globale concurrentievermogen. Hoe dan ook, het rechtvaardigt

de opgevoerde inspanningen om leerlingen in de bovenbouw met boeken te verbinden – of op zijn minst met verhalen. Het zijn tenslotte de vormende jaren. Wie regelmatig leest, gaat beter en daardoor vaker lezen. Zulke jongeren kunnen in later jaren als lezers wel eens wegblijven, maar ze kunnen ook zomaar weer terugkomen. Voor wie op zijn achttiende nog nooit met

plezier gelezen heeft, is het weinig waarschijnlijk dat dit daarna nog gaat lukken.

Zelf boeken kopen is voor veel bovenbouwers ver van hun bed. Terwijl de jaren dat welwillende ouders en grootouders ze nog eens een boek cadeau deden achter ze liggen. Dat maakt dat

Meestgelezen voor eigen plezier



Bron: scholieren.com

de collectieve boekpromotie voor hen gedragen moet worden door bredere coalities dan alleen de partijen die in de CPNB samenwerken. Dat is dan ook terug te vinden in de inspanningen die de laatste jaren op dit gebied geleverd worden. Het aantal partnerschappen tussen publieke en private, ideële en commerciële partijen is toegenomen.

Ook al worden de begrippen ontleding en bovenbouwers vaak in één adem genoemd, niet alle

barometers staan slecht. Begin 2015 kwam scholieren.com met een onderzoek onder ruim 1.100 scholieren dat aangaf dat bijna zestig procent van hen regelmatig een boek voor het plezier leest. 38% zegt twee tot drie uur per week te lezen, terwijl 15% zelfs over de vijf uur heen gaat. Ook opvallend is dat een overweldigende meerderheid voor papier als leesmedium kiest. Niet

de jongeren zijn de voortrekkers van elektronisch lezen, maar de stedentrippers.

Waarschijnlijk zijn de resultaten van het onderzoek van scholieren.com in positieve richting vertekend omdat de leesmijders zo'n enquête eerder aan zich voorbij laten gaan. Maar toch.

Jonge schrijvers en route

Waarin de contouren van een Boekenweek voor jongeren zichtbaar worden.

Drie jaar lang was de CPNB betrokken bij de Dioraphte Jongerenliteratuur Prijs voor lezers in de leeftijd van 15 tot 25 jaar. In die jaren begon het bij de CPNB te jeuken om meer voor deze lezers-van-de-toekomst te doen dan alleen het bekrijzen van drie boeken. Zoals het de laatste jaren ging, bleven die prijzen eigenlijk in de lucht hangen – ze verdienden meer bedding. De ambitie groeide om extra middelen te werven en die in te zetten om bovenbouwers aan het lezen te krijgen, respectievelijk houden. Eerder dan literair gehalte moest leesplezier daarbij voorop staan.

Vandaar dat de Dioraphte Jongerenliteratuur Prijs in 2014 gezelschap kreeg van de JongerenliteraTour, naar een idee van auteur Daan Heerma van Voss. Tussen 25 maart en 25 april reisde hij vergezeld door steeds een andere auteur in een oude Mercedes langs middelbare



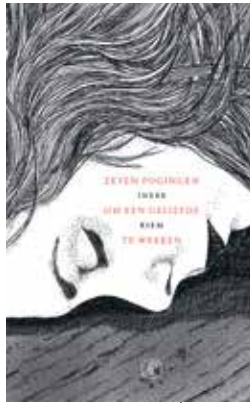
Dioraphte
Jongerenliteratuur Prijs
2014 Vertaald

scholen om de aandacht te vestigen op boeken voor jongeren en op het schrijverschap. Met hem gingen mee op tournee Hanna Bervoets, Yannick Dangre, Ellen Deckwitz, Thomas Heerma van Voss, Lieke Marsman, Jan van Mersbergen en Jamal Ouariachi. De leerkrachten kregen vooraf de beschikking over lesmateriaal waarmee ze in één voorbereidingsuur naar het schrijversbezoek konden werken. Hoewel de gecharterde

Mercedes het halverwege de tour krakend en spetterend begaf, smaakte het resultaat van deze pilot naar meer.

Zo kwam het een jaar later tot de lancering van een volledige campagne onder de naam Literatour, met als betekenisvolle ondertitel 'Boekenweek voor jongeren' en met daarin opgenomen de drie prijzen van Dioraphte, omgedoopt in Dioraphte Literatour Prijs.

Wat is voor deze prijs de ideale vorm? Steeds waren er twee juryprijzen – voor oorspronkelijk Nederlandstalige en voor vertaalde boeken – en één publieksprijs. Die juryprijzen dragen het risico in zich dat ze minder goed aansluiting vinden bij de doelgroep. Dat maakt bibliotheken en boekwinkels terughoudend om erop in te haken. Anderzijds hechten leerkrachten wél aan juryprijzen. Voor 2015 werd het prijzengedebouw gelaten zoals het was, maar werden twee jongeren uit de bovenbouwleeftijd aan de jury toegevoegd, Marlon de Jong en Julia Mestrum. In 2015 werd de jury verder gevormd door voorzitter Annemarie Terhell (recensent), Anne Marie Baud (Boekhandel



Dioraphte Jongerenliteratuur Prijs 2014 Nederlandstalig

Blokker), Rita Bemelmans (Bibliotheek Dommeldal), Mariët Engels (docent Groenhorst College) en Patrick Jordens (recensent *De Morgen*). De leeftijdsfocus van de prijs werd versmald van 15 tot 25 naar 15 tot 19 jaar. Dat is namelijk de groep die via scholen te bereiken is en waarvoor er bondgenoten klaarstaan – de leerkrachten.

Tegelijk werd de campagneduur van een maand bekort naar een week. Eén week voor de jongeren om voor de publieksprijs te stemmen en diezelfde week voor de schrijvers om de scholen



Dioraphte Jongerenliteratuur Prijs 2014 Publieksprijs





Dioraphte Literatuur Prijs 2015 Vertaald



Dioraphte Literatuur Prijs 2015 Publieksprijs

te bezoeken – met enige uitloop in de weken erna. Tijdens deze Literatuur hielden 15 auteurs op 27 scholen 45 lezingen met een bereik van 2.700 jongeren.

En er sloten vier nieuwe partners aan. Dat waren Stichting Lezen, het Nederlands Letterenfonds en Stichting Schrijvers School Samenleving, die de

schrijversoptredens bemiddelde. En *Talent!*, de lesmethode Nederlands van educatief uitgever Malmberg vulde een speciale Literatuur Boekentipper met recent verschenen titels om leerlingen te helpen de boeken te ontdekken die bij ze passen.

Mediapartner bleef het CJF. In 2014 zorgde CJF voor de verspreiding van genomineerdenfilmpjes met blogger Lize

€5 KORTING OP 25 TOPTITELS!

LITERATOOR

VOOR ALLE JONGEREN TUSSEN DE 15 EN 18 JAAR OP VERTOON VAN DE LITERATOOR-KORTINGSBON
KIJK VOOR MEER INFO OP WWW.LITERATOOR.NU

GELDIG VAN 23 MAART t/m 26 APRIL 2015

Korpershoek en BNN-presentator Dennis Storm. In 2015 werd een actie op touw gezet met € 5 korting op 25 titels. De 408.000 houders van een cjp Cultuurkaart kregen daarvoor een kortingsbon in hun mailbox.

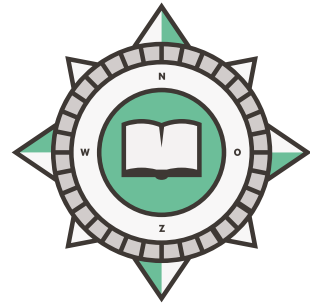
In 2014 werden voor de publieksprijs 7.500 stemmen uitgebracht, 2.000 meer dan het jaar ervoor. Aan stemmers werden vijf gesponsorde Sony T3 Readers in het vooruitzicht gesteld met daarop alle tien de genomineerde boeken. In 2015 was de stemperiode van een maand verkort naar 4,5 dag, waarin nog altijd 5.400 stemmen werden opgehaald.

De Dioraphte Literatour Prijsjury van 2014 bestond uit Annemarie Terhell, Anne Marie Baud, Rita Bemelmans, Jolanda van der Ven (docent Mondriaan Collega) en Polly ten Tenter (auteur *Talent!* Malmberg).

De drie Dioraphte Literatour Prijzen zijn elk gedoteerd met € 15.000. Met dank aan de Stichting Dioraphte, die ook elders in de culturele sector goede werken verrijkt. Verder ontving Literatour belangrijke financiële steun van Fonds 2.1.



Dioraphte Literatour Prijs
2015 Nederlandstalig



LITERATOUR



Aanhaken bij De Jonge Jury



Waarin de juryprijs voor boeken voor 12- tot 15-jarigen een steviger context kreeg.

Zeven jaar gingen ze hun eigen weg. In 2015 werden de jury- en publieksprijzen voor 12- tot 15-jarigen weer onder één dak verenigd. Dat jaar zocht de Gouden Lijst voor wat betreft de uitreiking aansluiting bij de Dag van de Jonge Jury die jaarlijks in april georganiseerd wordt. Op die dag in TivoliVredenburg te Utrecht lopen de jonge lezers rond voor wie de Gouden Lijstboeken geschreven worden – en dat in groten getale.

De Jonge Jury is de jaarlijkse leesbevorderingscampagne voor de onderbouw van het voortgezet onderwijs. De leerlingen worden uitgenodigd nieuw uitgekomen boeken te lezen en op hun favoriete titel

te stemmen. Winnaar van de Prijs van de Jonge Jury was in 2015 de thriller *Wreed* van Mel Wallis de Vries (De Fontein). De Jonge Jury is een project van Stichting Lezen en wordt uitgevoerd door Passionate Bulkboek, met financiële steun van het Lira Fonds.

De Gouden Lijst is voor dezelfde leeftijdscategorie de jurybekroning. Daarvan



Winnaars
Gouden Lijst 2015





is de CPNB de organisator. De jury van 2015 bestond uit Julienne van den Heuvel (leesbevorderaar), Jolanda Hugens (Bibliotheek aan den IJssel), voorzitter Helma van Lierop (hoogleraar kinderliteratuur TU), Fleur Perneel (docent De Amersfoortse Berg) en Jos Walta (De Boekenberg). Het aantal boeken dat deze jury beoordeelt beweegt zich iets boven de vijftig. Het aanbod voor deze, door boekenvakkers als 'moeilijk' ervaren leeftijd is nu eenmaal niet oeverloos groot. Toch blijft het zinvol om boeken waar echt plezier aan te beleven valt eruit te lichten.



Winnaars
Gouden Lijst 2014



In 2014 was De Gouden Lijst uitgereikt op 14 september in de OBA te Amsterdam. Dat gebeurde op de jaarlijkse Middag van het Kinderboek, een gewaardeerde bijeenkomst voor volwassenen die bij het kinderboek betrokken zijn. Toen zaten Jacqueline Ancona (*Kidsweek*), Julienne van den Heuvel, Jolanda Hugens, Helma van Lierop (voorzitter) en Fleur Perneel in de jury.



Nieuwe partners aan boord

Waarin een schrijfwedstrijd voor jongeren van extra lading voorzien wordt.

Talent voor Taal, de grootste schrijfwedstrijd voor scholieren van 12 tot 19 jaar, vond voor de derde en vierde maal plaats. Het onderwerp van het theaterspektakel *War Horse*

van partner Stage Entertainment sloot organisch aan bij het thema *Vriend en Vijand* dat de Maand van de Geschiedenis voor 2014 koos. Dat bracht de Maand van de Geschiedenis aan boord als nieuwe partner. Zo werd *Vriend en Vijand* het onderwerp voor het te schrijven verhaal en kon Talent voor Taal meeliften op tal van uitingen van de Maand.

Een jaar later deed zich een zelfde *match* voor tussen de musical *Billy Elliot*



**TALENT
VOOR
TAAL**

en het geschiedenisthema *Tussen Droom & Daad*. Dat werd voor de scholieren vertaald naar *Leef je droom*.

Een tweede nieuwe partner was *Talent!*, de lesmethode Nederlands van uitgever Malmberg. Malmberg las mee met de inzendingen en distribueerde het gratis promotiepakket aan alle scholen in het voortgezet onderwijs. Ook zorgde Malmberg voor schrijf oefeningen die gedownload konden worden van talentvoortaal.nl.



In 2015 verschenen deze ook op papier. De schrijfoefeningen hielpen om de kwaliteit van de inzendingen te verbeteren.

In 2014 stond de jury onder voorzitterschap van Jan Terlouw (auteur) en bestond verder uit Meester Bart (docent Open Schoolgemeenschap Bijlmer), Giovanna (zangeres) en Erik Jonk (journalist van mediapartner *Metro*). In *Metro* werden weer de twee winnende verhalen gepubliceerd. De aftrap vond plaats op het Veluws College in Twello, de prijsuitreiking in het decor van *War Horse* in het Nieuwe Luxor Theater te Rotterdam. De winnaars mochten met hun schoolklas naar de voorstelling.

In 2015 sloot UNICEF zich aan als partner. De prijsuitreiking werd verplaatst naar de Internationale Dag voor de Rechten van het Kind op 20 november. Plaats van handeling werd Paleis Soestdijk. Aan de twee jury prijzen, de ene voor 12-14 jarigen, de andere voor 15-18 jarigen, werd een derde prijs toegevoegd, een UNICEF Kinderrechtenprijs. Deze werd bestemd voor een verhaal waarin kinderrechten op een bijzondere manier aan de orde komen. De winnaars konden met hun klassen een musical naar keuze uit het aanbod van Sta-



**TALENT
VOOR
TAAL**

ge Entertainment bezoeken.

Naast Meester Bart en Erik Jonk zaten dit jaar auteur Mano Bouzamour en UNICEF-ambassadeur en presentatrice Renate Gerschtanowitz in de jury. Voor de aftrap keerde Mano Bouzamour terug naar zijn oude school, het Hervormd Lyceum Zuid in Amsterdam, voor een masterclass verhalen schrijven.

Denken jongens en meisjes van pakweg 15 jaar alleen maar aan feestjes en relaties? Vergeet het. Van de 2.565 inzendingen in 2015 ging een groot aantal over het vluchtelingendrama.



Verhalen voor onder je kussen

In de jaren 2010 tot 2015 richtten Rutgers WPF en Soa Aids Nederland zich tot jongeren in de puberleeftijd met de campagne *Maak seks lekker duidelijk*. Doel van de campagne was het voorkomen van seksueel grensoverschrijdend gedrag. In de herfst van 2014 stond in die campagne het boek *Verhalen voor onder je kussen* centraal, een bundel van zes verhalen en twee strips voor leerlingen van de derde klas in het voortgezet onderwijs, bijeengebracht door uitgeverij Ploegsma. De verhalen behandelden onderwerpen als de eerste keer, het nog nooit gedaan hebben, groepsdruk, onenigheid



met je ouders en waar je grenzen liggen. Het boek werd gratis aangeboden aan scholen en bereikte op 600 scholen 90.000 leerlin-

gen. Van de verhalen in het boek werden verfilmingen gemaakt die op YouTube werden geplaatst. Verder werd het boek vergezeld door twee interactieve games, lessuggesties voor de leerkrachten en voor de ouders de website uwkindenseks.nl. Bovendien kwamen er 9.000 exemplaren van het boek beschikbaar ter verspreiding via openbare bibliotheken. De CPNB verleende haar medewerking als intermediair tussen de organisatoren en de bibliotheken. Het papieren boek raakte uitverkocht. Als e-boek is het nog te raadplegen.

Eerst lezen, dan kopen

Collectieve promotie voor kinderboeken is anders van karakter dan collectieve promotie voor grotemensenboeken. Grotemensenpropaganda is eenvoudig en direct. Of ze nu mikt op meer kassa-aanslagen in de winkels of op een beter imago voor de openbare bibliotheek, de doelstellingen liggen op de korte termijn. Aan kinderboekenpromotie daarentegen kleeft een ideeël element, en wel het belang van leesbevordering – dat is een belang op de langere termijn. Tegelijk rechtvaardigt de veelheid aan doelgroepen het breed uitwaaiëren van de leespromotie. De kinderen zijn maar één factor in het proces. Een bepalend

deel van de promotie richt zich op ouders, grootouders en op alle beroepskrachten die met de kinderen verkeren, van peuterspeelzalen en kinderdagverblijven tot scholen, boekwinkels en bibliotheken. Kinderboekenpromotie wil niet alleen activeren tot lezen maar ook tot voorlezen. Of dat op den duur kopers oplevert is niet het hoofdoel, als het maar lezers oplevert. Die lezers kunnen op zeker moment kopers worden, hetzij voor eigen gebruik, hetzij van cadeaus voor anderen.

Al deze factoren maken dat de CPNB niet het alleenvertoeringsrecht heeft op de collectieve kinderboekenpromotie. Stichting

Lezen is vanouds een belangrijke partner. Sinds 2013 zijn, onder de paraplu van de Leescoalitie, ook de Koninklijke Bibliotheek, de Vereniging van Openbare Bibliotheken en Stichting Lezen & Schrijven aangeschoven.

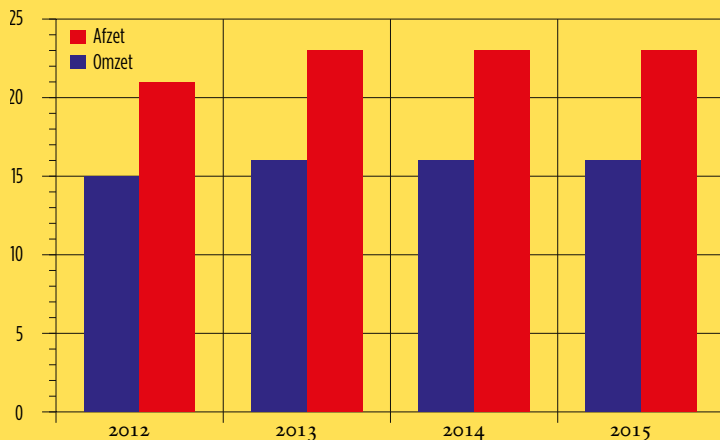
Grosso modo draait het in het bibliotheekwezen voor de helft om de jeugd. Of je nu kijkt naar het aantal leden, de omvang van de collecties of het aantal uitleningen, het jeugdtaandeel zit steeds in de buurt van de 50%. De trend is de laatste jaren dat het jeugdtaandeel groeit ten koste van het volwassenenaandeel. Wel wordt het gebruik dat jeugdleden van de bibliotheken maken, minder intensief, in ieder geval wat

het aantal uitleningen betreft.

In de boekhandel is de positie van het kinderboek bescheidener. In afzet boven de 20%, in omzet iets boven 15% – ondanks uitschieters als *Nederland* van Charlotte Dematons en *Het raadsel van alles wat leeft* van Jan Paul Schutten zijn kinderboeken nog steeds goedkoper dan grotemensenboeken. In de jaren dat de boekenverkoop terugliep hielden de kinderboeken zich relatief goed. Regelmatig bleven ze groeicijfers noteren. En als er dan een terugloop was, was die geringer dan de terugloop in de hele markt.

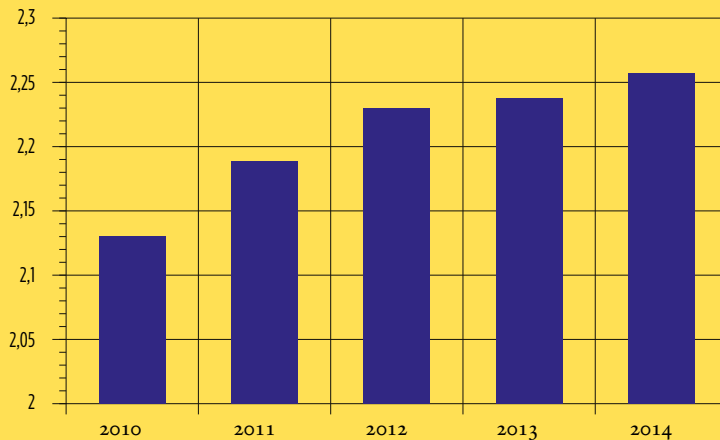
Marktaandeel van het papieren kinder- en jeugdboek

Bron: KVB-SMB/GfK



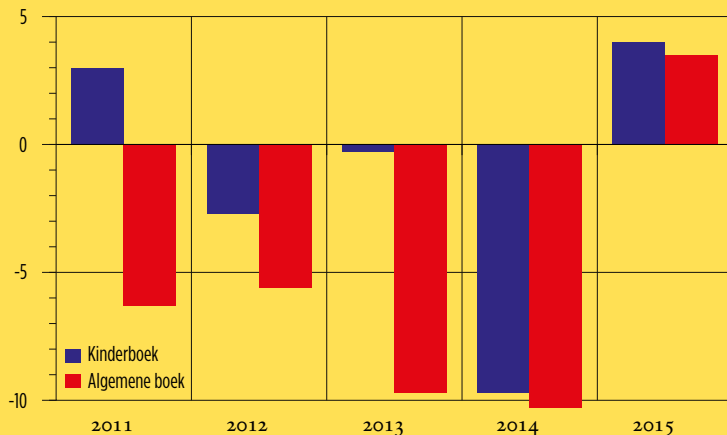
Aantal jeugdleden van de bibliotheek in miljoenen

Bron: CBS



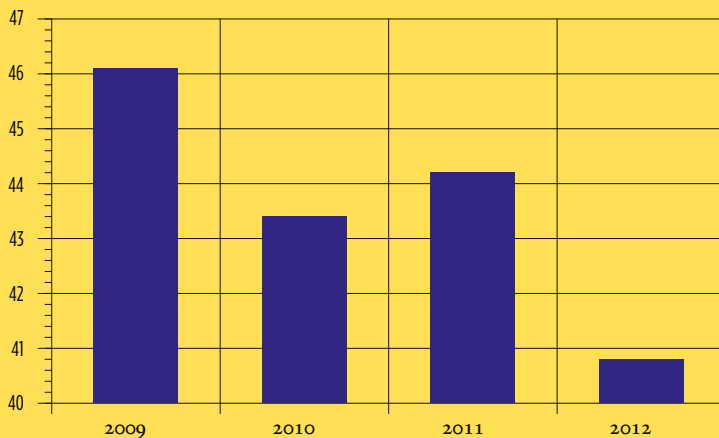
Omzetontwikkeling in procenten van het kinderboek en het algemene boek

Bron: De Telegraaf, KVB-SMB/GfK



Aantal uitleningen kinder- en jeugdboeken in miljoenen

Bron: CBS



Peuters en kleuters van nu worden spelenderwijs de tablet of de smartphone machtig. Uitgevers spelen hier vooral op in door apps te ontwikkelen die aansluiten op bestaande prentenboeken. Het bereik van het e-boek voor kinderen blijft dan ook afgetekend kleiner dan voor volwassenen.

Zien we aan de kinderboeken hoe het in de toekomst met het grotemensenboek zal gaan? Dat temidden van alle digitaal gemak en geweld het papierboek een toegevoegde waarde van belang vertegenwoordigt?

2014

JURY GRIFFELS

Elly Bart (bibliotheek-adviseur), Menno Daamen (destijds Kinderboekwinkel Kakelbont), Patricia van Keulen (opleidingsdocent pabo Marnix Academie), Marjon Kok (recensent *De Twentsche Courant Tubantia*) en voorzitter Aad Meinderts (directeur Letterkundig Museum)

JURY PENSELEN EN PALETTEN

Voorzitter Annemies Broekgaarden (hoofd publiek en educatie Rijksmuseum), Lia Reedijk (Kinderboekwinkel Utrecht), Erica Ringelberg (Bibliotheek aan den IJssel), Ron van Roon (vormgever), Thomas de Veen (recensent *NRC Handelsblad*)



Be@d met de Gouden Griffel 2014



Be@d met een Zilveren Griffel 2014



Be@d met een Zilveren Griffel 2014



Be@d met een Zilveren Griffel 2014



Be@d met een Zilveren Griffel 2014



Be@d met een Zilveren Griffel 2014



Be@d met een Zilveren Griffel 2014



Be@d met een Zilveren Griffel 2014



Be@d met een Zilveren Griffel 2014



Be@d met het Gouden Penseel 2014



Be@d met een Zilveren Penseel 2014



Be@d met het Gouden Palet 2014



Be@d met een Zilveren Palet 2014

2015

JURY GRIFFELS

Martijn Blijleven (docent obs de Twickel), Marjon Kok, Aad Meinderts (voorzitter), Adry Prade (voormalig bibliothecaris), Nathalie Scheffer (Boekhandel De Kleine Prins)

JURY PENSELEN EN PALETTEN

Saskia de Bodt (voorzitter), Lia Reedijk, Erica Ringelberg, Ron van Roon, Thomas de Veen



Be@d met de Gouden Griffel 2015



Be@d met een Zilveren Griffel 2015



Be@d met een Zilveren Griffel 2015



Be@d met een Zilveren Griffel 2015



Be@d met een Zilveren Griffel 2015



Be@d met een Zilveren Griffel 2015



Be@d met een Zilveren Griffel 2015



Be@d met een Zilveren Griffel 2015



Be@d met een Zilveren Griffel 2015



Be@d met het Gouden Penseel 2015



Be@d met een Zilveren Penseel 2015



Be@d met het Gulden Palet 2015



Be@d met een Zilveren Palet 2015

De zestigste keer en verder

Waarin de Kinderboekenweek feestviert en ook de markt weer in de stemming komt.

Wat was het meest spectaculaire onderdeel van de Kinderboekenweken van 2012 en 2013? Zonder twijfel was dat de samenwerking met Kinderen voor Kinderen.

De motto's van die Kinderboekenweken ontpopten zich tot de titels van de liedjes *Hallo wereld!* en *Klaar voor de start*. Ze hielpen de Kinderboekenweek aan een massamediabereik dat de robuuste positie van de week in het basisonderwijs waardig was. En omgekeerd hielp de Kinderboe-



kenweek Kinderen voor Kinderen naar een plek in de Top40, wat sinds 1986 niet meer was voorgekomen.

In de erop volgende jaren werd deze samenwerking bestendigd. In 2014 was het dubbel feest, met de 60ste Kinderboekenweek en voor de 35ste maal Kinderen voor Kinderen. De titelsong van de jubileum-cd *Feest!* werd gecomponeerd door Tjeerd Oosterhuis en geschreven door Kinderjurywinnaar Manon Sikkels. Een jaar later trad Jan Paul Schutten op als

tekstschrijver, van *Raar maar waar*. In totaal haalden deze 4 liedjes ruim 40 miljoen views.

In 2015 werd de samenwerking met Kinderen voor Kinderen verder uitgebreid; het Kinderboekenbal in het Nieuwe Luxor Theater te Rotterdam werd in co-productie met de VARA georganiseerd.

Een andere samenwerking was die met de NVPI, de vereniging van de entertainmentbranche. Aanlei-



KINDERBOEKENWEEK

ding van deze samenwerking is om de boeken te verbinden met ander entertainment en zo de positie van het boek te versterken. Dit resulteerde in een gezamenlijk samengesteld aanbod van een 20-tal kinder-cd's en dvd's, met een literaire link, voor verkoop in de boekhandel tijdens (en na) de Kinderboekenweek. Bestellen en uitleveren verliep via Bertus Distributie.

Vanaf 2014 werd NS weer de hoofdsponsor van de Kinderboekenweek. In 2014 droeg NS een Spoorspel bij, een bordspel wie als eerste het station van Utrecht wist te bereiken. Bij het spel hoorde een gratis app. Boekwinkels kregen evenveel Spoorspelen als ze geschenken hadden besteld. De hernieuwde samenwerking vormde een mooie aanleiding om het Kinderboekenbal dat jaar in het Spoorwegmuseum te Utrecht te laten plaatsvinden.

Op dat bal werd de winnaar bekend van de Gouden Griffel, en wel Jan Paul Schutten voor *Het raadsel van alles wat leeft* (Gottmer). Deze uitkomst maakte het suc-



ces van het al veel gelauwerde boek compleet, want de week ervoor was het Gouden Penseel al uitgereikt aan de illustrator, Floor Rieder. Het verkoopeffect van deze dubbelslag loog er dan ook niet om. Het boek steeg naar positie 3 in De Bestseller 60. Boekverkopers lieten weten dat de mensen speciaal voor *Het raadsel* naar de winkel kwamen.

Vanwege de zestigste Kinderboekenweek in 2014 was het thema van die week





snel gevonden: *Feest!* Met de illustraties van Martijn van der Linden in kleur werd het Kinderboekenweekgeschenk *Zestig spiegels* van Harm de Jonge een extra feestelijk cadeau. Daarnaast was er het prentenboek *Fabians feest* van Marit Törnqvist. In verband met een aantal uitslaande pagina's kreeg dit boek een iets verhoogde prijs van € 6,95 mee. Welke niet tot een lagere verkoop heeft geleid.

De bibliotheken werden voorzien van een *versier-jezelf*-app. Kinderen konden daarmee een foto van zichzelf uitdos-

sen met attributen als hoedje, plaksnor, uilenbril en feeststrik. Vervolgens konden ze een geprinte poster van het resultaat ophalen in de bibliotheek. De app werd meer dan 30.000 maal gespeeld.

Het *Feest!*-thema klonk ook door in zes familieconcerten die tijdens de Kinderboekenweek werden gegeven door Het Symfonieorkest, het Rotterdams Philharmonisch Orkest en Het Gelders Orkest. Op deze middagen werd de muziek ingebed in een verhaal dat Jacques Vriens schreef.

Tot en met 2013 hadden scholen hun Kinderboekenweekpakketten met papieren formulieren besteld bij de boekhandel van hun keus. In 2014 bracht de CPNB de schoolbestellingen online, via de CPNB bij de boekhandel. De uitlevering van de pakketten en het bestellen van de kerntitels bleef via de boekwinkels verlopen. Het jaar erna werd het bestelproces in de driehoek school-boekwinkel-CPNB nog op een aantal punten geoptimaliseerd. Een probleem blijven de schoolbestellingen van de kerntitels voor de Kinderboekenweek. Hiervan bleken er in de loop van de Kinderboekenweek 8 van de 20 tijdelijk niet leverbaar. Om dat in de toekomst te



p-boek
in vijf edities
368.662 ex.
e-boek
2.895 ex.
luisterboek
236 ex.



p-boek
55.352 ex.

voorkomen, wordt gezocht naar mogelijkheden om de bestellingen *en bloc* naar voren te halen.

Naast toename van het aantal schoolbestellingen waren positieve trends in 2014 het toegenomen gebruik van de Kinderboekentipper en het aantal downloads van de app bij *Fabians feest* en van de e-versie van het geschenk.

Na de zwakke Kinderboekenweek in 2013 liet 2014 een krachtig herstel zien. De omzet van kinder- en jeugdboeken ging 9% omhoog en de afzet 7,5%. Daarbij gaf de bovengemiddelde prijs van *Het raadsel van alles wat leeft* een duwtje in de



goede richting. Bij de winkels die aan de Kinderboekenweek deelnamen, was de stijging nog hoger. Meedoen loonde!

Later bleek dat de Kinderboekenweek van 2014 samenviel met een kantelpunt in de boekenmarkt. Want niet alleen de kinderboeken – in de

Kinderboekenweek 38% van de afzet – maar ook het algemene boek in de breedte verkocht beter dan het jaar ervoor. Het was het einde van een jarenlange periode van neergang, een marktherstel dat vanaf dat moment tot in 2016 zou duren.



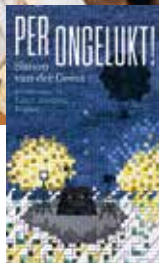
RAARMAARWAAR
KINDERBOEKENWEEK



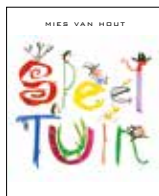


Zo kwam het dat de Kinderboekenweek van 2015 zich afspeelde in een weer wat aangetrokken markt. Ondanks dat de jubileumeditie van 2014 de lat hoog had gelegd, gingen afzet én omzet van kinderboeken opnieuw iets omhoog. Het bevestigde de teneur van een groot artikel dat aan de vooravond van de Kinderboekenweek in *De Telegraaf* was verschenen: kinderen zijn zo ongeveer het laatste waar ouders op bezuinigen.

In 2015 vestigde de Kinderboekenweek de aandacht op natuur, wetenschap en techniek, onder het motto *Raar maar waar!* Simon van der Geest schreef het



p-boek
372.834 ex.
e-boek
9.733 ex.
luisterboek
262 ex.



p-boek
51.883 ex.



geschenk *Per ongelukt!* met tekeningen van Karst-Janneke Rogaar. Een pre-hoofdstuk van *Per ongelukt!* verscheen als gratis app. Mies van Hout nam het prentenboek voor haar rekening en maakte *Speeltuin*.

De CPNB zocht samenwerking met de Vereniging van Science Musea, met als resultaat dat in 22 musea *Per ongelukt!* op zondag 18 oktober als toegangsbewijs geldig was. Het populair wetenschappelijke tijdschrift *Quest* haakte in met een eenmalige jeugdeditie die via de bibliotheken beschikbaar was voor haar publiek. In

het blad was een presentatie van thematits opgenomen. Daarmee leverde het een goede aanvulling op de *Kinderboekenkrant* van de CPNB, die algemene en prijswinnende titels bevatte.

Andere samenwerkingspartners werden het Platform Betatechniek/Tech-niecpact, De Praktijk, Tech your Future en HEIN! Dat leverde de Lezen=weten² Tour op, een reeks bibliotheekoptredens van steeds wisselende koppels van een wetenschapper en een schrijver. Daarnaast deed Techniecpact de Kinderboekenweek een bijzondere editie van het Kinderboekenweekgeschenk cadeau, namelijk een oplage van het boek gedrukt op steenpapier. Dit type papier is waterbestendig. Het Kinderboekenweekgeschenk in een volle bloemenvaas leverde een mooi object voor in de etalage op. Elke bestellende boekwinkel kreeg een exemplaar. De technische partners zorgden ook voor een groot aantal digitale natuur-, wetenschap- en technieklessen bij de kerntitels. Ook hoofdsponsor NS liet zich dit jaar niet onbetuigd en introduceerde de Nationale Kinderboekenruil, in 2015 op station Utrecht Centraal.

De samenwerking met het Rijksmuseum



aangaande de Penselen werd voortgezet. Deze draaide om de bekendmaking van de winnaar van Het Gouden Penseel en Het Gulden Palet in het museum, in de week voorafgaande aan de Kinderboekenweek. Tegelijk is dit de opening van de expositie *Penselen in het Rijksmuseum* met de originele tekeningen van de winnaars van Penselen, Paletten en Vlag en Wimpels. In 2014 en 2015 hield het Rijksmuseum deze vrij toegankelijke expositie in zijn Teekenschool.



'Ga heen en bevorder het lezen'

Op 25 maart 2015 werd Jan Paul Schutten geïnstalleerd als tweede Kinderboekenambassadeur. Hij is de opvolger van Jacques Vriens, die in 2013 de eerste was in deze functie. Vriens richtte zich er vooral op om leerkrachten in het basisonderwijs, Pabostudenten en ouders te overtuigen van de grote waarde van verhalen en boeken. Hij hield lezingen, schreef kritische artikelen, werd geïnterviewd en verkondigde telkens weer dezelfde boodschap: 'Zorg voor leesplezier en geef kinderen de kans om te ontdekken wat de kracht is van verhalen'.

'Ga heen en bevorder het lezen,' sprak Jacques Vriens tot Jan Paul Schutten toen hij hem de ambassadeursketting om de schouders hing.

Een ambassadeur is een boodschapper,



en de boodschap van Jan Paul Schutten draait om het plezier dat boeken een kind kunnen bezorgen. Die boodschap draagt hij uit aan kinderen en ouders, aan alle professionals daaromheen en als het moet ook aan politici. Als auteur van informatieve kinderboeken heeft hij een scherp oog voor de verschillen tussen non-fictie en fictie. 'Om te weten hoe een boek afloopt moet je het uitlezen. Voor wie lees- of aandachtsproblemen heeft is dat veel gevraagd. In informatieve boeken worden kinderen in elke alinea beloond.'

Stichting Lezen is de initiatiefnemer van de Kinderboekenambassadeur, samen



met het Nederlands Letterenfonds. De CPNB en Stichting Schrijvers School Samenleving zijn betrokken partners die graag waar mogelijk de ambassadeur inzetten. Intussen is er ook een aparte website kinderboekenambassadeur.nl.

Kindervredesprijs

De internationale Kindervredesprijs werd op 18 november 2014 voor de tiende maal uitgereikt. In tegenwoordigheid van koning Willem-Alexander overhandigde bisschop Desmond Tutu op een feestelijke bijeenkomst in de Haagse Ridderzaal de prijs aan Neha Gupta. Zij is een Amerikaans meisje dat al op haar negende jaar de organisatie *Empower Orphans* oprichtte om weeskinderen in India, en later ook in de Verenigde Staten, te helpen. Aan de prijs is een bedrag verbonden van € 100.000, te besteden aan projecten van hetzelfde type als waarvoor de winnaar zich heeft ingezet.

Om deze tiende uitreiking extra kracht bij te zetten sloegen KidsRights, de organisatie achter de prijs, en de CPNB de handen ineen om een jubileumboek uit te brengen. KidsRights zorgde voor de inhoud, de CPNB verzorgde



aanbieding en distributie naar de boekhandel. Het boek heette *Ik verander* en besteedde met verhalen en interviews aandacht aan de tien winnaars die de Kindervredesprijs heeft opgeleverd. Alles in het verlengde van



de filosofie van KidsRights, die kinderen als *change makers* ziet.

Het boek verscheen in een pocketeditie voor € 6,95 en als uitgebreidere, luxueuze hardcover, *Changemakers* geheten, voor € 45. Voor elke verkochte pocket gaf KidsRights een exemplaar van een boek cadeau aan een familie in een van de landen van de tien prijswinnaars.

Nu met extra vaders

Waarin ook de actie voor de allerkleinsten steeds volwassener wordt.

Wat is in de bibliotheken het populairste artikel van alle CPNB-campagnes? Dat is het jaarlijkse vingerpoppetje van De Nationale Voorleesdagen. Elk jaar wordt van de hoofdfiguur uit het Prentenboek van het Jaar een klein poppetje gemaakt dat de bibliotheken tijdens de Voorleesdagen als weggevertje kunnen gebruiken om jonge leden te werven. Van de bibliotheken liet 69% desgevraagd weten dat de toeloop van nieuwe jeugdleden tijdens de twee weken van de Voorleesdagen bovengemiddeld groot is.

Tegelijk brengt de oorspronkelijke uitgever van het Prentenboek van het Jaar voor de Voorleesdagen een aparte editie op de markt met vingerpoppe-

De Nationale
Voorleesdagen
2014

22 januari t/m 1 februari



372.834 ex.



tje, naast de editie zonder vingerpoppetje die al ouder is. De goedkope mini-editie van dat boek die de CPNB in de winkels brengt, doet het zonder vingerpoppetje. Deze editie onderscheidt zich door toevoeging van een dvd met animatie van het verhaal. In 2014 was *Krrrr... okodil!* van de Schotse auteur en illustratrice Catherine Rayner Prentenboek van het Jaar (C. de Vries-Brouwers), in 2015 *Boer Boris gaat naar zee* van Ted van Lieshout en Philip Hopman (Gottmer).

De boekhandel bestelt steeds ruim 30.000 exemplaren van de mini-editie. Het leeuwendeel daarvan gaat over de toonbank in de twee weken waarin de Voorleesdagen vallen. De rest volgt in de periode daarna. Ook de boeken uit de jaarlijkse Prentenboeken TopTien profiteren van alle aandacht.

Het andere hoofdelement van De Nationale Voorleesdagen is de opening, Het Nationale Voorleesontbijt. Al twaalf jaar lang is dit *grassroots*-evenement de uitgezochte manier om Nederland te laten

weten dat De Nationale Voorleesdagen er weer zijn en tegelijk om het belang van voorlezen goed in de etalage te zetten. Vaste waarde is het voorleesoptreden van prinses Laurentien, elk jaar op een andere school. Zij is het boegbeeld van een steeds wisselende tros prominenten uit de werelden van politiek, cultuur en sport die op een woensdag in januari de wekker zetten voor een voorleesoptreden. Omdat de Leescoalitie voor 2014 en 2015 *Vaders Voor Lezen* als motto had gekozen,



werden voor het Voorleesontbijt 2014 meteen extra vaders gecharterd, zoals Ahmed Aboutaleb, Martin Gaus, Kluun, Kees van Kooten, Ruben Nicolai en Ben Saunders. Acht dagen later werd er in Nieuwspoor in Den Haag een voorleesworkshop voor Kamerleden georganiseerd.

Ook was er in 2014 een aanbod van The Body Shop. In een groot aantal plaatsen bood deze winkelketen een van zijn medewerkers als voorlezer aan, met medeneming van een gratis ontbijt. Internationaal zet The Body Shop zich in voor de bouw van 5 nieuwe scholen.

Naast de materialen voor ouders en





32.178 ex.

de laatste jaren steeds meer kortingsmogelijkheden gekoppeld. Zo kon de boekhandel in januari en februari 2014 aan bibliotheekleden korting geven op vijf titels uit de Prentenboeken Top Tien. Er werden 420.000 boekenleggers verspreid naar peuterspeelzalen en kinderdagverblijven om deze actie bekend te maken. De bibliotheekleden konden op de site voordeelmetjebiebpas.nl de kortingsbon downloaden.

De Nationale Voorleesdagen zijn een initiatief van Stichting Lezen; de CPNB verzorgt de organisatie. De editie van 2014 werd mede mogelijk gemaakt door ABN AMRO.



kinderen is er ook een instructie- en inspiratie-aanbod voor de betrokken professionals. Voor scholen maakt de CPNB uitgebreide lessuggesties op papier met online extensies, voor de kinderopvang zijn er online speeltips. In opdracht van de CPNB maakte de Brabantse bibliotheekondersteuner Cubiss een Voorleesdagen-handleiding, die bibliotheken bij de CPNB konden downloaden.

Onder het motto *Voordeel met je bieb pas* worden aan de bibliotheekpas

De Nationale Voorleesdagen 2015

21 t/m 31 januari 2015



Vijftien minuten

Waarin vaders tot voorlezen worden uitgedaagd en er een eigen week bij krijgen.

Na het voorlezen in 2013 koos de Leescoalitie ervoor om in de jaren 2014 en 2015 haar aandacht op vaders te richten. Dat mannen zoveel minder lezen dan vrouwen zou wel eens zijn vroegste oorzaak kunnen vinden in het feit dat hun vaders zo veel minder voorlezen dan hun moeders. Terwijl onderzoek heeft aangetoond dat juist een lezende of voorlezende vader een voorbeeld geeft dat invloed heeft. De Leescoalitie koos *Vaders Voor Lezen* als overkoepelend motto.

Deze marsroute bracht de CPNB op het idee om deze twee jaar een Vaderweek te houden. Dat werd de eerste week na de aankomst van Sinterklaas, een periode waarin de aanschaf van een boek en het



voorlezen aan kinderen allersoepelst in elkaar over kunnen vloeien. De boekhandel kon een zogenoemd schoenboekje bestellen, met om te beginnen het voorleesverhaal *Nooit meer bang voor Sint en Piet* van kinderboekenambassadeur Jacques Vriens, goed voor vijftien minuten voorlezen. De winkels konden dat tijdens de Vaderweek weggeven aan vaders en grootvaders die voor € 15 aan boeken besteedden. De eerste Vaderweek werd gehouden van 17 t/m 23



VADERS VOOR LEZEN

november 2014, met als extra glimmertje een speciaal Heerlijk Voorleesavondje op woensdag 19 november.

Voor Vaderweek in de bibliotheken ontwikkelde de CPNB samen met bibliotheek.nl en de HEMA academie een online voorleescursus voor vaders.

Eerder in het jaar, in mei, was ter invulling van de mediacampagne Vaders voor Lezen een Elftal van bekende vaders en grootvaders gelanceerd. Daarmee kon op verschillende momenten in het jaar de aandacht op voorlezen door vaders gevestigd worden. Dat kunnen bestaande momenten zijn, zoals Vaderdag en De Nationale Voorleesdagen, maar ook nieuwe zoals de Vaderweek.

Om te beginnen sierde het Elftal een poster die vaders opriep op Vaderdag voor te lezen. Deze werd verspreid naar alle basisscholen, bibliotheken en boekwinkels. Daarnaast werd het Elftal ingezet in een advertentie/advertorial in de Vaderdagbijlage van *Spits* en in CPNB's eigen *KinderboekenGids* en *Voorleesgids*. Verschillende elftalvaders zetten zich in op



62.200 ex.



het Heerlijk Voorleesavondje in de Vaderweek.

In 2015 kwam er een nieuwe Elftal-poster met ruimte waarin kinderen hun eigen vader tussen de Elftalvaders konden plakken. Een andere toevoeging was de Vaders Voor Lezen boekenlegger. Deze riep vaders en grootvaders op tot vijftien minuten voorlezen per dag. Er vonden 187.500 boekenleggers hun weg naar meer dan 1.100 boekwinkels en bibliotheken. Begin september volgde de oproep aan vaders om een eigen 'verzinverhaal' in te sturen. Het meest geschikte verhaal werd vervolgens door Jacques Vriens tot een optimaal voorleesverhaal bewerkt dat aan

de winnaar als een boekje werd uitgereikt. Deze oproep werd ondersteund met drie posters voor basisscholen, een advertentie in het tijdschrift *VI*, en een campagne op Facebook en Twitter.

De nieuwe kinderboekenambassadeur Jan Paul Schutten was de auteur van het tweede schoenboekje, *Pootjes voor de Sint*. Het werd iets groter en steviger uitgevoerd dan zijn voorganger, terwijl boekverkopers het nu aan alle kopers cadeau mochten geven, niet alleen maar aan vaders-bij-aankoop-van.

Als opmaat van de Vaderweek was er een voetbalwedstrijd tussen twee gemixte teams van kinderen en Elftalvaders. Voor de bibliotheken was er een kartonnen vouwschoen, bedoeld om in de bibliotheek te zetten en na een week weer op te halen. De bibliotheek verzorgde zelf een leuke verrassing voor in de schoen.

Ook een campagne gericht op bedrijven maakte deel uit van *Vaders Voor Lezen*. Vanaf november 2014 kregen 11 bedrijven 11 maanden lang Voorleesservice. Ze werden regelmatig



46.300 ex.

voorzien van papieren boeken en digitale verhalen om vaders via de werkvloer tot voorlezen te stimuleren. Zelfs placemats voor bedrijfskantines werden ingezet. Uitvoerder en initiatiefnemer van deze campagne was Stichting Lezen & Schrijven. De CPNB zorgde voor de nodige contacten met uitgevers en auteurs.

De Leescoalitie is een samenwerkingsverband van de CPNB, Stichting Lezen, Stichting Lezen & Schrijven, de Koninklijke Bibliotheek en de Vereniging van Openbare Bibliotheken. Het ministerie van ocv subsidieert Vaders voor Lezen.



Sociaal bindmiddel

Een van de initiatieven van de Leescoalitie uit 2013 heeft in de jaren erop een vervolg gekregen – en wel de Nationale Voorleeslunch. De opzet ontleent elementen aan het Nationale Voorleesontbijt, het openingsevenement van De Nationale Voorleesdagen, alleen gaat het bij de lunch om voorlezen aan ouderen.

Het nut van voorlezen aan ouderen is evident, vooral in relatie tot slechte ogen en roestige geheugens. Voorlezen heft het isolement op waartoe veel ouderen zijn veroordeeld, en kan herinneringen tevoorschijn brengen.

De Nationale Voorleeslunch is voor anker gegaan op de Internationale Dag voor de Ouderen, 1 oktober. De bibliotheken hebben zich er achter gezet, terwijl ook ouderencentra uitgezochte locaties voor voorleeslunches kunnen opleveren. Voorlezers kunnen net zo goed bekende als onbekende Nederlanders zijn, met



dien verstande dat de bekende weer andere deelnemers en voorlezers over de brug kunnen trekken. Willeke Alberti, Diewertje Blok, Eva Jinek, Johnny Kraaijkamp, Ruben Nicolai, Jan Siebelink en Merel Westrik gingen er al een of meer malen voor de Voorleeslunch op uit. Met in hun spoor een hele stoet wethouders, voorleeskampioenen en andere vrijwilligers. Nieuw in 2015 was het Nationale Voorleeslunchverhaal *Mijn oma*, speciaal geschreven door Marjan Berk en toegevoegd aan de digitale *toolkit* die via de bibliotheken voor de lokale organisatoren beschikbaar kwam. Het aantal bijeenkomsten liep in 2015 op tot tegen de honderd, verspreid over het gehele land.



In de Kinderboekenstraat

Sinds 2013 zet de CPNB zwaarder in op educatie en daar hoort ook aanwezigheid op de Nationale Onderwijs Tentoonstelling bij, de tweejaarlijkse beurs voor leerkrachten in het primair, voortgezet en middelbaar beroepsonderwijs. Daar kwam bij de beurs van 2015 aanbod voor werkers in de kinderopvang bij. Van 27 tot en met 31 januari betrok de CPNB een stand in de 'Kinderboekenstraat', naast een aantal uitgeverij en Stichting Lezen. Daar werden de Kinderboekenweek, De Nederlandse Kinderjury en De Nationale Voorlees-

dagen onder de aandacht gebracht, in het bijzonder de lespakketten die deze campagnes begeleiden. Die lespakketten ontsluiten op hun beurt een digitaal domein met extra lesmateriaal – iets waar nog lang niet alle leerkrachten van op de hoogte zijn.



Het spel en de knikkers

Waarin de kinderboek-publieksprijs de banden met de bibliotheek opnieuw aanhaalt.

Na acht welbestede jaren haakte ABN AMRO af als sponsor van De Nederlandse Kinderjury. Dat leidde ertoe dat de Kinderjury in 2014 sponsorloos verliep. Met ingang van 2015 werden de banden tussen de Kinderjury en het openbare bibliotheekwezen nauwer aangehaald. Dit kreeg vorm in een partnerschap van de Koninklijke Bibliotheek, de partij die met ingang van 1 januari 2015 een aantal stelseltaken ten behoeve van de bibliotheken wettelijk toegewezen had gekregen. Dit bood de kans om de Kinderjury te combineren met het programma *De Bibliotheek op school*, dat er naar streeft openbare bibliotheken nauwer te betrekken bij de opbouw van schoolcollecties. Alle bibliotheken die aan dit programma meedoen werden begin



2015 verrast met een Kinderjurypakket van de CPNB. Uiteraard bleven de pakketten ook bestelbaar voor afzonderlijke bibliotheken, basisscholen en boekwinkels. Deze veranderingen maakten ook een vernieuwing van de Kinderjurywebsite nodig.

Al sinds 1988 is de Kinderjury dé publieksprijs voor het kinderboek in Nederland. Kinderen kiezen uit de oogst van het afgelopen jaar hun favoriete boek, verdeeld over de categorieën 6-9 en 10-12 jaar. De missie van de actie laat zich samenvatten als leesbevordering, en dan in het bijzonder het stimuleren van kritisch lezen.

Een jury bestaande uit tienduizenden kinderen is noodgedwongen wat amorf – die kan nog wel een gezicht gebruiken. Dat gezicht wordt gevormd door de twaalfhoofdige, jaarlijks wisselende Senaat, met uit elke provincie één kind. De CPNB kiest ze uit na een sollicitatieprocedure.

De benoeming van Senaatsleden werd in 2014 vernieuwd door overal in het

land op dezelfde dag, 5 maart, de jongens en meisjes van de Senaat in hun eigen klas te laten installeren door een schrijver op verrassingsbezoek. Dit leverde meteen aan het begin van de stemperiode een portie regionale media-aandacht op. Kort daarop kwamen de Senaatsleden een dag naar het CPNB-bureau voor een workshop *Boeken beoordelen*. De laatste stemdag, 14 mei, werd tot Finale Stemdag opgewaardeerd. Bibliotheken en scholen ontvingen de oproep om zich die dag



feestelijk als stembureau uit te monteren – met de scholen van de ambassadeurs als speerpunt. De scholen konden daarvoor een speciaal Finale Stemdagpakket bestellen.

Daarna kwam de Senaat in een geheime vergadering bijeen voor het toekennen van de twee eigen Senaatsprijzen, de Pluimen, en het opstellen van het juryrapport. Dat maakt de Senaat de stem van alle kinderen die hebben gestemd over het waarom van de winnaars.

De prijsuitreiking vond beide jaren plaats in Den Haag tijdens de Kinderboekenparade van het Kinderboekenmuse-





um. De Kinderjury 2014 koos opvallend Nederlands: titels van Manon Sikkel en Nikki Smit, daarbij voorbijgaand aan viervoudig winnaar Geronimo Stilton. De Kinderjury 2015 corrigeerde dat weer door opnieuw de voorkeur te geven aan Geronimo Stilton en, voor het eerst, aan een van de *Loser*-boeken van Jeff Kinney. De *Pluimen* van de Senaat kwamen in handen van Tosca Menten en Maren Stoffels (2014) en Janneke Schot-

veld en Nikki Smit (2015).

Scholen en bibliotheken blijven een voorkeur houden voor papieren stembiljetten en kartonnen stembussen. Die werken bij een klas of groep gemakkelijker dan online stemvoorzieningen.

Ook al is De Nederlandse Kinderjury een instituut dat staat als een huis, nieuwe prikkelende elementen blijven onmisbaar om bibliotheken, scholen en winkels te activeren. Zo werd het actiepakket voor de scholen in 2014 verrijkt met lessen. Het jaar erop werden deze ook naar de bibliotheken verspreid. Deze toevoegingen bieden de mogelijkheid om de accenten gericht te leggen. In het materiaal bestemd voor kinderen gaat het vooral om het wedstrijdelement, in het lesmateriaal draait het om het stimuleren van de oordeelsvorming.

Op zoek naar de toegevoegde waarde

Er zijn drie typen boeken. Sommige boeken zijn bestemd voor beoefenaren van de wetenschap of van een beroep, andere boeken worden voorgescreven in het onderwijs. En dan heb je de boeken die zich richten op het algemene publiek. Wat men buiten de professie publieksboeken noemt, heet binnen het vak algemene boeken.

Van de Groep Algemene Uitgevers van het Nederlands Uitgeversverbond zijn zo'n 70 bedrijven lid. Tellen we de concerngebonden uitgeverijen apart mee, dan komt het aantal GAU-leden op zo'n honderd. De GAU vertegenwoordigt het overgrote deel van de professionele

uitgeverijen van publieksboeken.

Het totaal aantal boekenuitgevers loopt in de duizenden. Dat heeft ermee te maken dat er geen ondergrens is aan een uitgeverij. Wie vanachter de keukentafel een boekje in elkaar print en plakt, en vervolgens de wereld inzendt, kan zich uitgever noemen.

Bedrijfseconomisch bezien is dat misschien twijfelachtig, uit een oogpunt van uitingsvrijheid is het een groot goed.

Uitgeverijen zijn er dus in allerlei soorten en maten. Er is altijd een slingerbeweging gaande tussen schaalvergroting en schaalverkleining, en vice versa. Die trends zijn ook wel eens tegelijk waarneembaar. Zo verzelf-

standigden zich eind 2014 vijf imprints die behoorden tot de Weekbladpers Groep en vormden met elkaar Singel Uitgeverijen. In de loop van 2014 en 2015 voegde Novamedia aan uitgeverij Nieuw Amsterdam drie acquisities toe, namelijk Wereldbibliotheek, Uitgeverij Bas Lubberhuizen en Fontaine Uitgevers.

Wetenschappelijke en educatieve uitgevers bedienen nauwkeurig omschreven marktsegmenten, algemene uitgevers leven met de grillen van het publiek. De markt van publieksboeken heeft soms wat weg van een fruitautomaat. De jackpot is de bestseller; de grootste bestsellers zijn de onverwachte successen.

Dat zijn boeken die gaandeweg een nieuwe publieksvoorkeur aanboren, bijna zonder dat de uitgever daarop geanticipeerd heeft – hoogstens gehoopt. Kleinere uitgevers kunnen rondkomen van een slimme niche, middelgrote en grote uitgevers zijn afhankelijk van bestsellers. Ze ontkomen er niet aan veel titels uit te brengen. Dat doen ze in de hoop op die nieuwe bestseller. Dat doen ze ook om de ontwikkeling van hun fonds de ruimte te geven. Het landelijke resultaat daarvan is een jaarlijkse aanwas met zo'n 17.000 titels. Daarmee voeden de uitgevers de pluriformiteit van het boekenaanbod die hoog gewaardeerd wordt als een stukje van ons culturele kapitaal.

Uitgevers moeten op veel borden tegelijk schaken. Een e-boekversie lijkt al oud nieuws, maar een e-boek kan verkocht worden, uitgeleend of gestreamd. Moet een luisterboekversie uitgebracht worden door een luisterboekenspecialist of beter in eigen

beheer? Moeten prentenboeken door apps ondersteund worden?

De last van het voorraadrisico is voor algemene uitgevers verminderd. E-boeken kennen het al helemaal niet. En voor papieren boeken hoeven thans minder hoge begin-oplagen aangehouden te worden. In de grafische industrie is de levertijd van herdrukken aanzienlijk verkort, terwijl hun aanloopkosten vrijwel weggesmolten zijn. En uitverkochte, minder courante titels kan de uitgever toch in de lucht houden dankzij printing on demand.

Dan is er voor ondernemende auteurs nog de verleiding van het uitgeven in eigen beheer. Ook dat kan in alle soorten en maten van professionaliteit gebeuren. Vanachter de spreekwoordelijke keukentafel. Of met inschakeling van gepokte en gemazelde freelancers voor redactie, promotie en verkoop. Een succesvolle blogger die zijn blogs bundelt en met een handige sociale mediabuzz

in de markt zet, kan in een paar weken duizenden exemplaren verkopen en toch onder de radar van De Bestseller 60 blijven. Dergelijke ontwikkelingen vinden soms zelfs plaats zonder een professionele uitgever en boekverkopers.

Toen de legendarische uitgever Johan Polak zichzelf kwalificeerde als een tragische figuur, omdat hij niks écht goed kon, klonk dat al een beetje koket. Anno nu is het voor de uitgever wel degelijk zaak om scherp te bepalen waarin zijn toegevoegde waarde gelegen is en dit vervolgens ook uit te venten. Die toegevoegde waarde kan op het gebied van redactie en auteursbegeleiding liggen, of promotie en marketing, of exploitatie van internationale of nevenrechten. Stuk voor stuk skills die voor de uitgever de moeite van het ontwikkelen waard blijven.

Renew the Book

In het najaar van 2015 kwam de Groep Algemene Uitgevers (GAU) met een nieuw initiatief om innovatieve oplossingen te ontwikkelen om boeken te ontdekken en te gebruiken. Kortom, om innovatie in het boekenbedrijf te stimuleren. Onder het motto Renew the Book werd een competitie opgezet voor startups met innovatiepotentie. Daartoe sloot de GAU een partnerschap met Rockstart, een Amsterdamse broedplaats voor startups. Een jury bestaande uit professionals uit de uitgeverij en medewerkers van Rockstart selecteerde vijf prikkelende initiatieven. Kandidaten uit het buitenland waren ook welkom. De teams van de vijf geselecteerden werden ten huize van Rockstart getraakteerd op een vijf weken durende *intensive*, een *accelerator* zoals Rockstart dat noemt. Onder intensieve begeleiding van Rockstart en twintig mentoren uit de wereld van onder andere nieuwe media en uitgeverij kregen ze de gelegenheid hun idee tot een kansrijke startup te ontwikkelen. Na een finale pitch koos de jury een



winnaar uit. Bij die keuze keek de jury naar de innovatieve waarde, de vorderingen tijdens de *intensive*, de kracht van de business-case en het oordeel van het publiek bij de finale pitch.

Dit waren de vijf gelukkigen die voor de *accelerator* geselecteerd werden:

- *Bookabook* is een Italiaans online programma dat auteurs wil helpen aan financiering, maar ook aan ondersteuning op het terrein van redactie, productie en marketing. Het positioneert zich tussen kale crowdfunding en een aangeklede uitgeverij in.
- *Bookarang* is een Nederlandse ontwikkelaar van technologie om boekaanbevelingen te personaliseren door middel van inhoudelijke analyse. Daarbij wordt gebruik gemaakt van honderd parameters.
- *Crumbled* is een Nederlandse website die kookboeken in digitale edities aanbiedt en op het niveau van recepten



toegankelijk maakt. Daarmee komt een hele reeks zoek- en filtermogelijkheden beschikbaar.

- *Nugget* selecteert inspirerende of anderszins markante quotes uit boeken op het gebied van persoonlijke of professionele ontwikkeling en brengt deze met aansprekende beelden samen in een app. Uit Roemenië.
- *Readgeek* stamt uit Duitsland, ontwikkelt boekaanbevelingen voor boekwinkels en bibliotheken op basis een

verfijnde mix van inhoud en gegevens van een *peer group*.

Tijdens een bijeenkomst bij Rockstart op 9 december kwam Bookarang als winnaar uit de bus. Het leverde een prijzengeld van € 15.000 op, gedoteerd door de GAU. Het Bookarangteam zal het besteden aan de analyse van kinderboeken. Crumbled was bij de finale pitch publieksfavoriet. Het is de bedoeling om in 2016 nogmaals de competitie Renew the Book te houden.

Ruim baan voor cultureel ondernemerschap

‘De boekhandel is in de greep van de creatieve aanpassing,’ zo vatte Ed Nijpels, voorzitter van de Koninklijke Boekverkopersbond, in het jaarverslag over 2014 de stand van zaken in boekhandelsland samen.

Inderdaad is de Nederlandse boekhandel de afgelopen jaren door een ingrijpend transitieproces gegaan. Er waren twee ontwikkelingen die minder klanten in de winkels brachten. De eerste was de conjunctuur van de economische crisis, op zijn kernachtigst samengevat in de

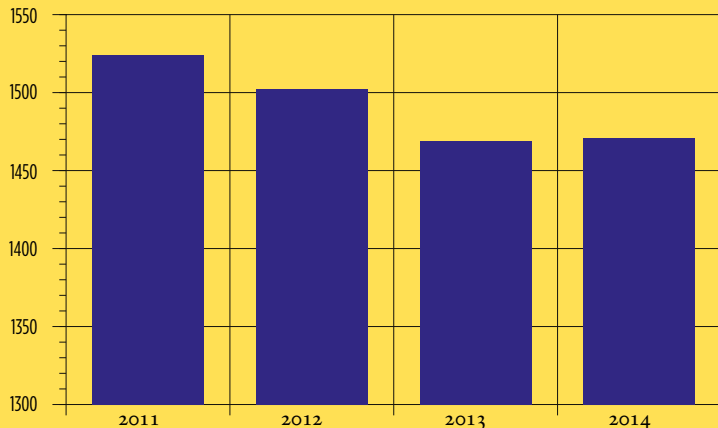
krantenkop ‘consument houdt hand op knip’. Daarbij voegde zich een structureel element, te weten een verandering in het gedrag van consumenten. Ze besteedden hun geld anders en ze besteedden hun tijd anders. In welke mate precies is nog een open vraag.

De tweede turbulentie was de krachtige opgang van het online winkelen, voor de winkels met glazen puien een bijkomende uitdaging. Deze dwingt de meeste fysieke winkels er toe om zich eveneens op het online-

pad te begeven, zowel voor hun papieren boeken als voor e-boeken. De zoektocht naar de gouden combinatie van *clicks* en *bricks* kent uiteraard voorlopers en achterblijvers. ‘Voor e-boeken geldt dat grosso modo dezelfde titels goed lopen als in de winkel. Fysieke boeken die online worden besteld, zijn juist vaker echte backlisttitels. Als je die uit de winkelvoorraad kunt leveren, jaagt de webshop de omloopsnelheid in de fysieke winkel aan,’ zo schetst een van de voorlopers, Eduard Kuijt van Boekhandel

Ontwikkeling aantal verkooppunten van boeken

(bron: Kbb)



Binnert Overdiep in Heerenveen in gesprek met *Boekblad* de kansen van de *clicks*. En over de *bricks* zegt hij dit: ‘De omloopsnelheid van onze winkelvoorraad is gigantisch gestegen, omdat je oude titels gaat verkopen. Soms zijn die niet meer leverbaar bij het CB. De voorraad wordt gezonder, je afschrijvingen dalen, je inkoopvolume blijft op peil.’

Het is extra belangrijk voor de fysieke boekwinkel om de online-propositie op orde te hebben. En om zich ook op andere

wijze te blijven vernieuwen. Het door de kbb gestarte programma ‘Boekondernemer van de Toekomst’ stimuleert dergelijke

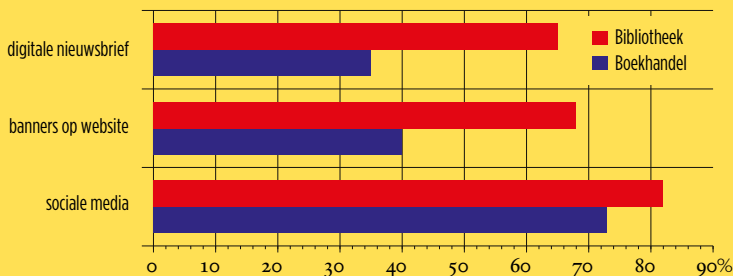
innovatieve ondernemers.

De moeilijke jaren wakkerden de vrees aan voor een dramatische teruggang in het aantal verkooppunten voor boeken. De grafiek hiernaast laat zien dat het daarmee uiteindelijk meegevallen is. Wat dat aangaat bleef de schade over de jaren 2011 tot 2014 tot minder dan vier procent beperkt. De teruggang in de voor boeken ingeruimde vierkante meters winkelopervlak zal groter geweest zijn.

De boekverkooper anno nu houdt zijn vierkante meters, zijn personeelsroosters en zijn voorraad scherp in de gaten. Heeft hij

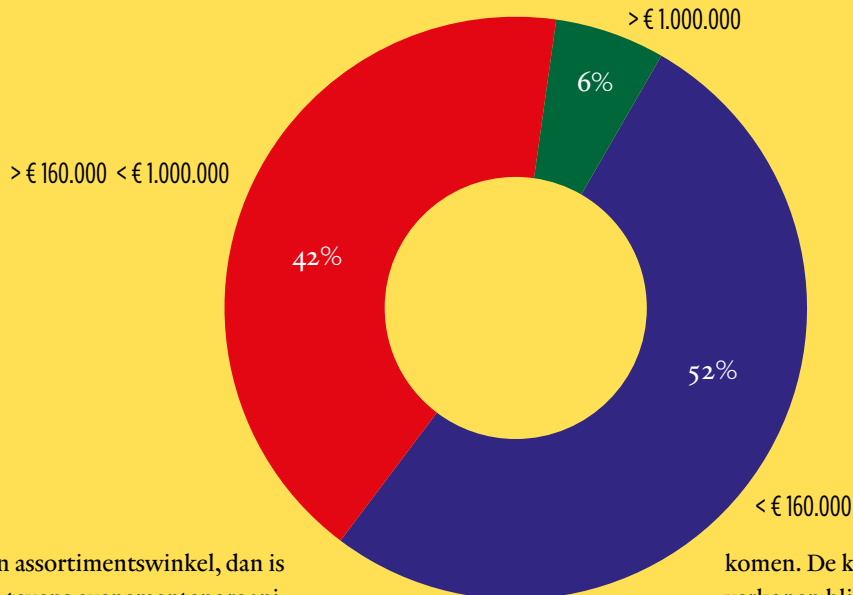
Inzet van online promotiemiddelen voor de Kinderboekenweek 2015

(Bron: CPNB)



Verdeling in kleine, middelgrote en grote boekhandels, naar jaaromzet over 2014

(bron: KBb)



een assortimentswinkel, dan is hij tevens evenementenorganisator geworden. En daarmee een cultureel ondernemer. Dat vraagt een portie bevoegenheid die hem tot een geschikte gesprekspartner maakt van bezoekende auteurs. Tegelijk moet hij voor zijn winkelacties en evenementen het promotiehandwerk *state of the art* beoefenen, met alle kansen die bijvoorbeeld de sociale media

bieden. Zoals de grafiek hiernaast laat zien, zijn de bibliotheken de boekhandel een weinig vooruit als het gaat om inzet van digitale promotiemiddelen.

Intussen stellen de medewerkers van de boekwinkel er een eer in de klanten te adviseren over hun aankopen, zowel voor zichzelf als wanneer ze om cadeaus

komen. De kunst van het boekverkoop blijft om de klanten met één boek meer dan waarvoor ze gekomen waren de winkel te zien verlaten. In het voorjaar van 2015 liet GfK-onderzoek zien dat 7% van de mensen die voor zichzelf een boek kwamen kopen, met een extra boek de winkel weer verlieten. Bij de mensen die om een cadeau kwamen, was dit aantal 17%.

Nieuwe gezichten

Al vele jaren is de CPNB betrokken bij de promotie van de Boekenbon, bij uitstek een collectief instrument van de boekenbranche. De Koninklijke Boekverkopersbond is de *founding father* van de Boekenbon en heeft de exploitatie ondergebracht in een afzonderlijke vennootschap. Deze pleegt de CPNB in te schakelen bij opzet of uitvoering van haar promotiecampagnes.

In 2012 maakte de Boekenbon de overgang van papier naar plastic; de Boekenbon Cadeaukaart werd geïntroduceerd. Deze is verkrijgbaar in vier vaste waarden, € 10, 15, 20 en 25. Ook kan een kaart geladen worden met elke waarde naar keuze tussen € 5 en 250. De kaarten zijn niet herlaadbaar.



Geef leesvoer cadeau!

Kook
BOEKENBON
Precies 't goede cadeau

De papieren Boekenbonnen, die hun geldigheid behielden voor zover ze in omloop waren, waren voorzien van portretten van literaire auteurs. Voor de plastic-versie is gekozen voor een bredere invulling. Zo is er intussen een kookboekenbon, met Herman den Blijker, een spannende boekenbon, met Saskia Noort, een literaire boekenbon, met Tommy Wieringa en Esther Gerritsen, en een kinderboekenbon, met daarop een tekening van Quentin Blake. Deze bon werd op 22 september 2014 ten doop gehouden op de Roald Dahlschool in Zwaag bij Hoorn. De leerlingen kregen de nieuwe bonnen uitgereikt om daarmee de schoolbibliotheek een stevige aanvulling te bezorgen.

Couperus? Vestdijk?

Ik ken geen enkele collega die alleen met de uitleenfunctie bezig is,' vertelde Nan van Schendel van bibliotheek de Chocoladefabriek te Gouda aan Boekblad. Het vakblad kwam haar interviewen omdat de Chocoladefabriek door vakgenoten tot Beste Bibliotheek 2015/2016 was verkozen. 'Bestrijding van laaggeletterdheid, het bevorderen van mediawijsheid, taalcursussen, het enthousiast maken voor schrijversbezoeken, vluchtelingen met taalprogramma's ondersteunen, gastvrijheid verlenen aan groepen van mensen in de wijk of het dorp, het bevorderen van het lezen, het loslaten van de klassieke stand alone bibliotheek en kijken waar de biblio-

theek bij kan inwonen enzovoort. Ik zie een rijk palet aan innovaties die vooral passen bij wat mensen nu in deze tijd nodig hebben.'

Van Schendels observaties sporen met de nieuwe Bibliotheekwet die stelt dat de openbare bibliotheek vooral een informatiecentrum moet zijn. Het uitlenen van boeken is in zo'n informatiecentrum zeker een van de taken, maar niet meer de hoofdtaak. Die verschuiving weerspiegelt zich in de omvang van de bibliotheekcollecties. Deze neemt al jaren af.

'Vooral de boeken die niet gebruikt worden zijn eruit gegaan,' vertelt Nan van Schendel. 'Dat is geen sinecure. De discussies

of we de boeken van Vestdijk en Couperus, die niet uitgeleend worden, in de collectie moeten houden zijn exemplarisch. Ja, ze staan nog steeds in de kasten. Een verouderd boek over Rembrandt is eruit. Misschien is de informatie nog steeds relevant, maar zulke boeken worden tegenwoordig veel aantrekkelijker gemaakt.' En ze concludeert: 'Deze bibliotheek lijkt meer op de "leeszaal" van honderd jaar geleden dan op de "uitleenbibliotheek" van tien jaar terug.'

Een van de belangrijkste kerncijfers van de bibliotheken is het aantal uitleningen: in vijftien jaar de helft minder. Veel minder heftig is de teruggang in het totaal

BIBLIOTHEEK

aantal leden: 5,5% tussen 2010 en 2014. En dan de ontwikkeling in het aantal jeugdleden: in dezelfde jaren 7% erbij. 'Dat komt door de inspanningen op taalstimuleringsprogramma's en de connectie met het basisonderwijs,' duidt Nan van Schendel. 'En dankzij onderzoek van Stichting Lezen wordt steeds duidelijker welk effect lezen heeft op de schoolcarrière van kinderen.'

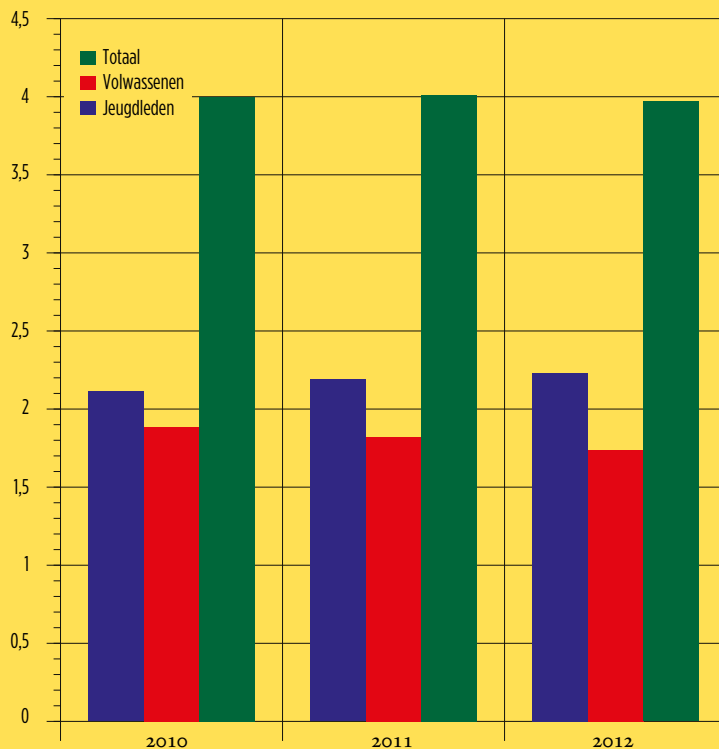
Het meest opvallende kenmerk van het bibliotheekwezen in de laatste jaren was de bouw van spectaculaire cultuurpaleizen. Minder in het oog lopend maar niet minder belangrijk was hoe de banden met scholen werden aangehaald, voor een belangrijk deel via het project *De Bibliotheek op school*. Dit programma wil scholen in het basis- én het voortgezet onderwijs omvormen tot een 'ideale lees- en mediaomgeving'. Waren vroeger de wijkfilialen de haarvaten van het bibliotheekwezen, nu worden het de scholen.

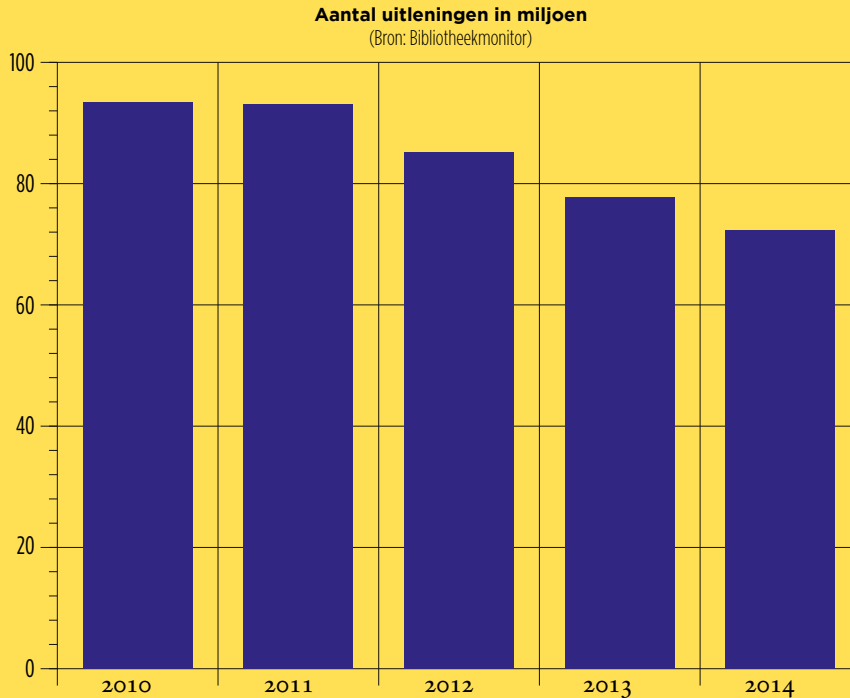
De bibliotheek anno nu is in de eerste plaats een jongerenvoorziening, zestig procent van de leden is jonger dan achttien. Of andersom: 65% van de jonge-

ren is lid van de bibliotheek tegen 12% van de volwassenen. Je ziet die ontwikkeling ook terug in de groei van het young adult-segment in de bibliotheken.

Aantal bibliotheekleden in miljoen

(Bron: Bibliotheekmonitor)





Het uitlenen van boeken heeft gezelschap gekregen van het uitlenen van e-boeken. De ontplooiing daarvan wordt nog geremd door de onderhandelingen met de uitgevers. De opgang van de VakantieBieb-app in 2014 en 2015 heeft intussen de poten-

tie van het uitlenen van e-boeken aangetoond. Het is een gratis app voor bibliotheekleden die in de zomermaanden een maand lang toegang geeft tot ruim zestig titels.

Een nieuwe taakstelling voor de bibliotheken brengt ook

nieuwe prestatie-indicatoren met zich mee. Zoals het aantal evenementen dat in bibliotheken georganiseerd wordt. Dat waren er in 2014 meer dan 72.000. De helft daarvan was educatief van karakter. Een kwart had betrekking op lezen en literatuur.

Fotoweek

In 2013 namen het Nederlands Fotomuseum in Rotterdam en het Amsterdamse fotomuseum Foam het initiatief tot een landelijke Fotoweek. Zo'n week zou tot een mooie verbinding kunnen uitgroeien tussen de fotoprofessie en het grote publiek. Dat grote publiek bestaat toch bijna geheel uit fotografen – of niet soms? In de startfase is het nog even zoeken op welke speelvelden zo'n nieuw initiatief zich het beste kan afspelen. Eén van de speelvelden waaraan gedacht werd, was het openbare bibliotheekwezen.

Zo kwam de CPNB in beeld als de aangewezen instantie om de boodschap van de Fotoweek bij de bibliotheken te brengen. In 2013 en 2014 verstuurde de CPNB nieuwsbrieven naar de bibliotheken om ze over de Fotoweek te informeren. Ze bevatten ook een concrete propositie, name-

lijk of bibliotheken partner van de Fotoweek zouden willen worden om als zodanig eigen Fotoweek-activiteiten op touw te zetten. Als premium boden de organisatoren de bibliotheken kans op een pop-up fotostudio. Zeven bibliotheken in 2013 en tweëntwintig in 2014 gingen in op het aanbod om partner te worden.

In 2014 kreeg de Fotoweek als thema *Kijk! Mijn geluk!* mee.

In 2015 ging de Fotoweek verder, maar viel het besluit de focus meer op musea te leggen en niet meer op het bibliotheekwezen. Waarmee ook aan de betrokkenheid van de CPNB een einde kwam.



Digiborden, lessen en werkbladen

Er was een tijd dat de CPNB eigenlijk alle activiteiten gericht op het voortgezet onderwijs gestaakt had. Het vloede voort uit de positie van de CPNB als roepoeter van het commerciële boekenvak. Uitgevers brachten voor de puberleeftijd minder titels uit en ook boekverkopers hoorde je over dit afscheid niet klagen – zij zagen toch al weinig pubers in hun winkel.

Dat is allemaal veranderd. Anno nu trekt de CPNB zich ook aan wat er in de bibliotheken leeft, terwijl de relaties met Stichting Lezen veel inniger geworden zijn. Deze twee partners hebben het hele onderwijs als belangrijk arbeidsterrein in het

vizier. Stichting Lezen doet dat met het concept van de doorgaande leeslijn, de bibliotheken met het programma De Bibliotheek *op school*. Bij deze activiteiten horen boeken en dat betekent dat er een rol is voor de CPNB. Zo kwam het dat daar in 2013 twee medewerkers voor educatie werden aangetrokken.

Bij het voortgezet onderwijs gaat het om het verder optimaliseren van de campagnes Literatuur en Talent voor Taal, plus de internet-tv van *Boekenweek Live!* en *Nederland Leest Live!*. Voor het basisonderwijs staan er al drie geheide campagnes, namelijk de Kinderboekenweek, de Kinderjury en de Voorleesdagen. Daar

gaat het er om de banden met de leerkrachten aan te halen en de CPNB beter te positioneren als belangrijk aanbieder van lesmateriaal. Dat aanbod kent concurrenten, namelijk andere partijen die ook lesmateriaal aanbieden, vaak gratis en al geruime tijd vóór de campagne.

In 2014 ging de nieuwe CPNB-site voor basisschoolleerkrachten live. Het werd een inlogwebsite, gebouwd door en voor rekening van Kennisnet. Dat jaar leverde 5.100 gebruikersnamen op, waarvan er meteen al 1.100 deelnamen aan een enquête na de Kinderboekenweek. In 2015 maakten ruim 8.000 leerkrachten een account aan. Bijvangst is dat

The screenshot shows a web browser displaying the website 'Raar maar waar Kinderboekenweek'. The page title is 'Lesmateriaal & extra's'. There are navigation tabs for 'Vraagstuk', 'Eenkele', 'Revisies', 'Taak', 'Access control', and 'Nieuw artikel'. The main content area features a cartoon character on the left and text on the right. The text includes the heading 'LET OP: DE BOEKENWEEK- en LIPDUULES ZIJN HELAAS VERTRAAD OCH KOMEN UITERLIJK ZONDAG ONLINE', followed by 'Stichting Lezen' and 'Kinderen voor Kinderen'. Below this is a video thumbnail showing a child in a lab coat with the text 'Kinderen voor Kinderen: Raar maar waar (Gefleete video clip)'. At the bottom, there is a caption: 'Wie van *Moet & Graet* met het Kinderen voor Kinderen Koer!'.

er nu een docentennieuwsbrief is met een bereik van 10.000.

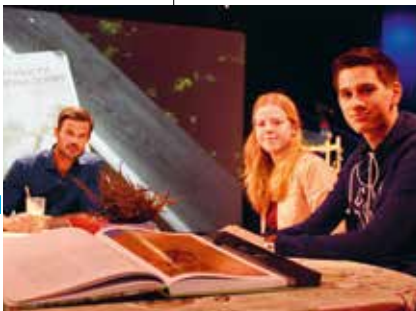
Zo'n site vraagt om een breed en per leeftijdsgroep gedifferentieerd aanbod van lessen. In de verslagjaren werden relaties opgebouwd met partners die daaraan konden bijdragen. Zoals de educatieve uitgevers Malmberg en Zwijsen. Zoals Prowise, een belangrijke speler op het terrein van digiborden en andere digitale leermiddelen. En zoals de uitgevers van de boeken die in de campagnes centraal staan. Denk aan de kerntitels van de Kinderboekenweek en de Prentenboeken TopTien van De Nationale Voorleesdagen.

Bij het integreren van de campagnetitels in de onderwijsbenadering ontmoet de CPNB op twee punten gevoeligheden. Sommige uitgevers van campagnetitels zijn terughoudend om mee te werken uit zorg over de rechten op hun beeldmateriaal. En de boekverkopers zijn beducht dat de CPNB hun relatie met de scholen overneemt.

Twée keer lees-tv

Sinds 2011 realiseren Stichting Lezen en de CPNB twee maal per jaar een programma voor het voortgezet onderwijs bij een bestaande volwassenboek campagne. Eenmaal in maart tijdens de Boekenweek en eenmaal tijdens Nederland Leest in november. Via de bibliotheek wordt het onderwijs benaderd over deelname. Er is online lesmateriaal beschikbaar waarmee verwerkingsopdrachten gemaakt kunnen worden. Bij Nederland Leest betreft dat lesmateriaal over het boek dat centraal staat. Wat betreft de Boekenweek zijn het lessen over een boek dat aansluit op het thema van de Boekenweek of van de geschenkauteur. De klassen maken de opdrachten, denk hierbij aan het maken van een compositie, mode, strip, animatie, film, ode. Het vak ckv kan hierdoor gekoppeld worden aan Nederlands. De beste inzendingen en de makers hiervan staan centraal in de online tv-uitzending opgenomen voor live-publiek in de Openbare Bibliotheek Amsterdam: *Boekenweek Live!* en *Nederland Leest Live!* Aan tafel een pre-

sentator, een auteur en twee jeugdige tafelenoten, hun gesprekken doorregenen met filmpjes en live optredens waarin leerlingen reageren op het besproken boek, een optocht van stukjes muziek, voordracht, film en *graphics*, het beeld vervolgens aangevuld met live-tweets – met elkaar levert dat een springlevende literatuurles op. De leerlingen volgen die meestal in de klas en soms in de openbare bibliotheek. Telkens blijkt hoezeer de auteurs van de betreffende boeken getroffen worden door de creativiteit van de leerlingen. De uitzending tijdens de Boekenweek 2014 werd gepresenteerd door Arjen Lubach, daarna nam Arie Boomsma het stokje over. Het bereik van *Nederland Leest Live!* is groter dan van *Boekenweek Live!*, omdat het centrale boek van Nederland Leest een speciale scholieditatie kent en het Boekenweekgeschen-



niet. Bij *Nederland Leest Live!* 2015 steeg het aantal deelnemende klassen naar 140.

In gesprek met de boekenliefhebber

De verslagjaren zagen de ontplooiing van manuscripta.nl, het eigen CPNB-weblog voor de boekenliefhebber. Voor Manuscripta, publiekseventement voor boekenliefhebbers sinds 2007, betekent het een natuurlijke verbreding om het publiek het hele jaar door online op te zoeken. Dat gebeurt in de eerste plaats met een constante stroom nieuwsberichten. Die stroom is een mix van nieuws over collectieve campagnes en boekennieuws dat van elders afkomstig is. Daar zijn vervolgens livestreams aan toegevoegd. De eerste livestreams betroffen poëzieprogramma's van het podium *De Nieuwe Liefde* in Amster-

dam, later werden afleveringen van het programma *Boeken* van de publieke omroep gestreamd.

Tegelijk benut de CPNB met toenemende grondigheid de kansen die sociale media bieden. Bij de opbouw van volgerskringen op Facebook en Twitter vormde het posten van berichten over onderdelen van de eigen campagnes het vertrekpunt. Daar werden livestreams van CPNB-evenementen aan toegevoegd. Die zijn mogelijk gemaakt door de komst van 4G, waarmee de instabiliteit die wifi aankleefde verleden tijd was. Bij deze streams maakt de CPNB gebruik van platforms zoals Meerkat, Periscope en Nomadcast, die stuk voor stuk

livestreams op de smartphone brengen. Zo werd de *Avond van het Spannende Boek 2015* gestreamd en kort daarop ook de *MidzomerKinderboekenBorrel* – voor 9.000 *viewers*. Journalist Thomas de Veen deed via Twitter live verslag van de uitreiking van de *Dioraphte Literatuur Prijs 2015*. Niet terwijl hij daar lijfelijk aanwezig was, nee, hij volgde het evenement in de Amsterdamse OBA via Meerkat op zijn smartphone.

De webredactie van de CPNB werkt aan de hand van een dag-tot-dagschema dat vaststelt wie er wanneer welk bericht post. Daarbij is het steeds kiezen tussen manuscripta.nl en de so-

ciale media. Op de sociale media is er dan nog de mogelijkheid om het bereik met advertenties op te krikken, te *boosten*. Vergeleken met Google-advertenties, die publiek naar de eigen website helpen, zijn de opties voor advertenties op sociale media veelzijdiger, met meer mogelijkheden tot activatie. Zo kunnen advertenties gericht worden op de eigen vrienden, op vrienden-van-vrienden, of op selecties uit de eigen websitebezoekers of mailadressen met een vergelijkbaar profiel, de *lookalikes*. De algoritmes die deze profielen definiëren worden steeds verfijnder.

Onverbrekkelijk verbonden met een weblog en de sociale media is de mogelijkheid om te reageren. Enkele malen heeft de CPNB frequente afzenders van kritische reacties op de koffie gevraagd. Dat kan de lucht aardig klaren. Wat eerst 'die rot-CPNB' was, eindigt als 'blijf met je rot-poten van onze rot-CPNB af.'





Bijpraten met vakgenoten

Op 9 januari 2014 trokken ruim 700 bezoekers naar de Openbare Bibliotheek Amsterdam voor een of meer onderdelen van Vers voor de Pers. De oude kerntaak van Vers voor de Pers laat zich samenvatten als: uitgevers presenteren hun programma voor het komende halfjaar aan vertegenwoordigers van de media en andere beroepsmatig geïnteresseerden. Die taak staat al jaren onder druk. Uitgevers hebben zoveel mogelijkheden erbij gekregen om mediacontacten aan te knopen of te onderhouden dat Vers voor de Pers geen alleenvertoningsrecht meer kan claimen. Tegelijk zijn tot romp-omvang teruggesnoeide tijdschriftredacties niet meer in de positie om een middag boekjes te gaan kijken. De CPNB heeft op deze ontwikkelingen gereageerd door Vers voor de Pers in een kleinere locatie onder te brengen, door ook de perspresentatie over de Boekenweek daarvan te halen, door er een

vers voor de pers

perspresentatie over de Poëzieweek aan toe te voegen en door een aantal podiumpresentaties te programmeren. De CPNB sluit de middag af met een nieuwjaarsborrel in Sea Palace, het drijvende restaurant in de nabijheid van de OBA. Daar wordt de Top 100 van het voorbije jaar bekendgemaakt en krijgt een aantal auteurs en uitgevers Gouden Boeken uitgereikt.

Het calibreren van deze onderdelen blijft een karwei dat nooit af is. Af en toe roept er iemand – een uitgever of iemand die bij de CPNB werkt – dat de jaren van Vers voor de Pers voorbij zijn. De praktijk blijkt weerbarstig. Er zijn nog steeds uitgevers die prijs stellen op hun eigen statafel, de jaarlijkse enquêteresultaten zijn gematigd positief en een gelegenheid waarbij je vakgenoten te spreken krijgt blijft welkom – of dat nu bij een keynote is of met een vlammetje in de hand. Zo was er op 8 januari 2015 opnieuw Vers voor de Pers. Met iets minder statafels, iets minder bezoekers, en nog steeds gematigd positieve enquêteresultaten. Wordt vervolgd.



Houd de fakkel brandende

Bijna altijd ligt de legitimatie van de acties van de CPNB in het volgende: ondersteuning van de spelers in de boekenbranche op het terrein van marketing en communicatie. Daar is een enkele uitzondering op. Zo'n uitzondering is de jarenlange samenwerking met het Nationaal Comité 4 en 5 mei, de afzender van de Nationale Herdenking op 4 mei en de Nationale Viering van de Bevrijding op 5 mei. De toespraken die op die dagen worden gehouden, door schrijvers, door politici, soms ook uit het buitenland afkomstig, worden door de CPNB in een boekje bijeengebracht dat in de boekwinkels te krijgen is. Bovendien wordt een hard gebonden exemplaar van het boekje naar alle openbare bibliotheken gestuurd.

Hier gaat het niet om marketing of communicatie voor het boek, hier gaat het vooral hierover: iets komt op je weg, je voelt dat het nodig is en je doet het gewoon. Zoals er legio bedrijven en instituties in Nederland zijn die ieder op hun eigen terrein een bijdrage leveren aan het herdenken



en vieren van de bevrijding.

In 2014 hield Jan Terlouw de 4 mei-lezing *En broederschap?* in De Nieuwe Kerk te Amsterdam. Op 5 mei kwam Mary Robinson, in de jaren negentig de eerste vrouwelijke president van Ierland, naar Assen om de 5 mei-lezing *Vrijheid spreekt niet vanzelf* te houden.

Een jaar later sprak Ian Buruma, een van de meest

kosmopolitische publicisten van Nederland, in De Nieuwe Kerk (*Wij van na de oorlog*) en maakte de Israëlische auteur David Grossman grote indruk met zijn te Vlis-singen uitgesproken rede *Ademen met beide longen*. Steeds langer geleden is de Tweede Wereldoorlog, steeds meer ooggetuigen komen te sterven. Tegelijk wordt de maatschappelijke worteling van de meidagen almaar steviger. In de twee voorafgaande weken zie je steeds meer etalages en tafels met oorlogsboeken in winkels en bibliotheken. Dus toch marketing-communicatie?

Wisseling van de wacht

Met de Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers (BNO) en de Grafische Cultuurstichting werkt de CPNB samen in Stichting De Best Verzorgde Boeken. Deze organiseert jaarlijks de uitverkiezing van 30 à 33 boeken uit de Nederlandse productie van het voorbije jaar die er om hun uiterlijk uitspringen, de Best Verzorgde Boeken. Dan gaat het om aspecten als grafisch ontwerp, druktechnische uitvoering en uitgeefprestatie. Deze keurcollectie wordt enkele weken lang ge-exposeerd in het Stedelijk Museum Amsterdam en op een aantal andere plekken in binnen- en buitenland. In 2014 en 2015 ging het onder meer om Berlijn, Wenen en Tokyo. In het Museum Gouda was in de eerste maanden van 2015 een zaal van de expositie *Uitgelezen* bestemd voor een speciale keuze uit de Best Verzorgde Boeken sinds de eeuwwisseling.

In het najaar 2015 nam Just Enschedé afscheid als directeur van de Best Verzorg-



de Boeken, een functie die hij vanaf de oprichting van de stichting in 1998 had vervuld. Hij werd opgevolgd door Esther Scholten.

De Best Verzorgde Boeken werd in deze jaren gesponsord door papierleverancier Antalis te Almere, collectieve rechtenorganisatie BNO/Pictoright te Amsterdam en Van Heek Textiles te Losser, fabrikant van bandmaterialen. De jaarselecties werden gepresenteerd in een tweetalige catalogus die kon verschijnen dankzij de steun van voornoemde sponsors, papierleverancier Arctic Paper Benelux en een aantal betrokken grafische bedrijven.



Van het bestuur

Het bestuur van de Stichting CPNB bestaat uit twee uitgevers, twee boekverkopers en twee bibliothecarissen. Zij worden benoemd op voordracht van hun respectievelijke branche-organisaties, maar besturen zonder last of ruggenspraak.

Met ingang van 2016 is de samenstelling van het bestuur als volgt:

Erno de Groot, directeur Bibliotheken Eemland, Amersfoort, penningmeester

Fabian Paagman, directeur Paagman, Den Haag

Ad Peek, directeur Van der Velde Boeken, Groningen, Leeuwarden, Drachten, Sneek

Anne Rube, directeur ProBiblio, Hoofddorp, vice-voorzitter

Martine Schaap, uitgever Ploegsma, Amsterdam

Geneviève Waldmann, directeur/uitgever Luitingh-Sijthoff, Amsterdam, voorzitter

In de loop van 2014 en 2015 zijn drie bestuursleden teruggetreden, te weten Joop Boezeman (maart 2014), Willeke van der Meer (oktober 2014) en penningmeester Hans van Velzen (ultimo 2015).

Naast de maandelijkse vergaderingen van het

dagelijks bestuur waren er in 2014 vijf plenaire bestuursvergaderingen (5 maart, 16 april, 18 juni, 1 oktober, 16 december). In 2015 waren er vier vergaderingen (4 maart, 10 juni, 23 september, 8 december). Op 21 en 22 mei 2015 trok het bestuur zich samen met zijn assessoren en de top van het CPNB-bureau terug voor een heisessie, waarbij een



schip op de Wadden als hei fungeerde. Een maal per jaar komt het bestuur van de CPNB bijeen met de besturen van de drie convenantpartners, de branche-organisaties van uitgevers, boekverkopers en openbare bibliotheken. Deze bijeenkomsten vonden plaats op 18 juni 2014 en 10 juni 2015. Bij



de gewone bestuursvergaderingen wordt de relatie met de convenantpartners waargenomen door de drie assessoren. Dat waren Martijn David namens de Groep Algemene Uitgevers, Michael van Everdingen namens de Koninklijke Boekverkopersbond en Ap de Vries namens de Vereniging van Openbare Bibliotheken. Deze werd in het najaar van 2015 opgevolgd door Coen van Hoogdalem.

De drie convenantpartners GAU, KBB en VOB betalen elk een gelijke, jaarlijkse bijdrage aan de CPNB. Het totaal van deze bijdragen belooft ruim 15% van de baten van de CPNB. De overige baten komen uit campagne-inkomsten afkomstig van individuele boekverkopers, bibliotheken en uitgevers, sponsoring en projectbijdragen van samenwerkingspartners, publieke en private fondsen. De vaste jaarlijkse bijdragen stellen de CPNB in staat om campagnematerialen tegen kostprijs aan te bieden aan de leden van de convenantpartners en om aanloopverliezen op nieuwe activiteiten te dekken.

De jaarrekeningen over 2013 en 2014 zijn door het bestuur vastgesteld na goedkeuring door accountant BDO.

Pas op de plaats

In de verslagjaren daalde de gemiddelde bezetting van het CPNB-bureau, van 32,2 fte in 2013, naar 31,4 in 2014 en 31,3 in 2015. Het aantal medewerkers in deeltijd nam iets toe, van 16 eind 2013, via 14 eind 2014 naar 19 eind 2015. Daarmee kwam het totaal aantal medewerkers eind 2015 uit op hetzelfde niveau als eind 2013, namelijk 37.

De gemiddelde leeftijd van de medewerkers liep op van 37,7 jaar (2013) naar 39,7 jaar (2015). Hetzelfde gebeurde met de gemiddelde diensttijd: 4 jaar en 9 maanden in 2013 naar 6 jaar en 2 maanden in 2015.

Anne-Loes Boon en Leo Huberts verlieten de CPNB. Luuc Overvoorde, Madelon Witterholt en Youri Vink vervulden tijdelijke dienstverbanden. Elisabeth Wiessner en Maarten Richel zorgden voor zwangerschapsvervangings. Quintus Bosch en Ruben Beekmans waren voor een gedeelte van hun werktijd gedetacheerd bij Boekenbon bv te Bilthoven.

Bij de afdelingen Dynamiek en Delen is meestal plaats voor in totaal 3 à 4 stagiaires. In 2014 en 2015 liepen stage Anne Bakker (werkervaringsstage), Arlette Coenradi (werkervaringsstage), Bibi Rumping (Boekwetenschap, UvA), Esther van Kan, Fieke Wolfers (Business management MKB), Kashni Singh (Small Business en Retail Management, Avans Hogeschool, Breda), Marianne Mann (Literaire vorming en literair veld, vu), Marieke Ebeling-van den Heuvel, Milenka Looman (werkervaringsstage), Myrthe de Haan, Natascha van 't Hof, Stéphanie Kneppers (werkervaringsstage), Thilini Scherpenzeel en Veroniek Geerts (werkervaringsstage).



Aafke van Tent Beeking
Dynamiek, evenementen
en campagneversterking



Anja Loijer
Duwen, schoonmaak



Anne van den Hoogen
Dynamiek, educatie



Bauke Hondema
Delen, productiebegeleider



Chantal van den Burg
Dynamiek, evenementen
en campagneversterking



**Eppo van Nispen tot
Sevenaer**
Directeur



Esther Scholten
Hoofd Denken



Floor Coenen
Duwen, directie-
secretaresse



Francien Jonge Poerink
Hoofd dynamiek



Gideon Burger
Delen, klantenservice



Gijs Schunselaar
Adjunct-directeur,
Hoofd Delen



Heleen Tersteeg
Hoofd Duiden



Henk van der Does
Duwen, medewerker
archiefbeheer



Joke de Witte
Hoofd Dokken



Lidy van Kleef
Dynamiek, evenementen
en campagneversterking



Man Ting Ko
Dokken, financiële
administratie



Mariska de Groot
Delen, accountcoördinator



Mark Hemels
Delen, webredacteur



Marte Schallenberg
Delen, medewerker
marketing en communicatie



Mascha Ravelli
Delen, marketeer



Matthijs van der Meer
Delen, marketeer



Maud Aarsen
Delen, persvoorlichter



Mischa Kiekens
Duwen, telefoniste-
receptioniste



Mignon Visser
Delen, webredacteur



Myrthe de Haan
Delen, persvoorlichter



Peter Rosendaal
Delen, persvoorlichter



Quintus Bosch
Delen, marketeer



Romkje de Bildt
Denken, educatie



Ruben Beekmans
Delen, medewerker
marketing en communicatie



Ruben Bruinink
Dokken, financiële
administratie



Sam Huberts
Duiden



Sharon Ullers
Dynamiek, evenementen
en campagneversterking



Thilini Scherpenzeel
Dynamiek, evenementen
en campagneversterking



Victor Zwaan
Delen, coördinator online
communicatie



Wietske Beenen
Duwen, chef de bureau



Willy Ketting
Duwen, telefoniste-
receptioniste



Yong Hung Cheung
Delen, orderadministratie,
klantenservice

Nevenfuncties

Eppo van Nispen had in 2014 en 2015 de volgende nevenfuncties:

- lid Raad van Advies van de Koninklijke Vereniging van het Boekenvak;
- bestuurslid van de Stichting De Beste Verzorgde Boeken;
- voorzitter Datadenktank Nederland;
- lid Programmaraad van Mediawijzer.net;
- lid Samenwerkingsverband Archief, Bibliotheek en Documentatie van de Nederlandse Taalunie;
- lid Raad van Advies van TEDx Delft;
- bestuurslid Prins Claus Fonds.

Gijs Schunselaar had in 2014 en 2015 de volgende nevenfuncties:

- bestuurslid (secretaris) van de Stichting Vrienden van het Harry Mulisch Huis;
- bestuurslid (penningmeester) van ACMC (Associatie Culturele Marketing en Communicatie).

Joke de Witte was in 2014 en 2015 bestuurslid (penningmeester) van de Stichting Schrijvers School Samenleving.

Esther Scholten was in 2014 als gastdocent verbonden aan de opleiding Media, Informatie en Communicatie van de Hogeschool van Amsterdam. In 2015 werd ze directeur van Stichting De Beste Verzorgde Boeken. En in 2014 en 2015 had ze de volgende verdere nevenfuncties:

- bestuurslid Stichting Vrienden Museum Meermanno;
- bestuurslid Stichting 1001 Vrouwen;
- bestuurslid Stichting De Gijselaar-Hintzenfonds.

Heleen Tersteeg heeft in 2014 en 2015 een bijdrage geleverd aan de Cultuurindex Nederland van de Boekmanstichting.

Lidy van Kleef werd in 2015 bestuurslid van de Stichting Elspeet.

MET DANK AAN...

*...onze sponsors en partners
in 2014 en 2015*

CONVENANTPARTNERS

Groep Algemene Uitgevers
Koninklijke Boekverkoopersbond
Vereniging van Openbare Bibliotheken

KLANKBORDGROEPEN

Klankbordgroep GAU
Boekhandelsoverleg
Campagneteam vob

SPONSORS



deboekensalon.nl

KB Koninklijke Bibliotheek
Nationale bibliotheek van Nederland

MET DANK AAN



EN ONZE PARTNERS

A-light, Amsterdam
Athenaeum Boekhandel, Haarlem
Awater, Amsterdam
De Balie, Amsterdam
Bas Maliepaard, Amsterdam
Bertus Distributie, Capelle aan den IJssel
Bibliotheek.nl, Den Haag
Bibliotheek AanZet, Dordrecht
Bibliotheek Gelderland Zuid
Bibliotheek Leeuwarden
De Bibliotheek *op school*
Bibliotheek Rozet, Arnhem
Bibliotheekservice Passend Lezen, Den Haag
Bijzondere Collecties van de Universiteit van
Amsterdam

BNO, Amsterdam
 Boek.be, Antwerpen
Boekblad, Bunnik
 The Body Shop, Almere
 CJP, Amsterdam
 ccv (Centrum voor Criminaliteitspreventie en
 Veiligheid), Utrecht
 Cubiss, Tilburg
 De Culturele Onderneming, Leeuwarden
 Cultuurpromotie Utrecht
 Curly and Straight, Haarlem
 Das Magazin Festival, Amsterdam
 Debutantenbal, Amsterdam
 Dedicon, Grave
 Boekhandel Dekker vd Vegt, Nijmegen
 Hotel De L'Europe, Amsterdam
 Djoser, Leiden
 Ecomare, Texel
 ECP Platform voor de InformatieSamenleving,
 Leidschendam
 EDG Media, Utrecht
 Egotribe, Amsterdam
 Film by the Sea, Vlissingen
 FOAM, Amsterdam
 Fonds 21, Utrecht
 Fonds XL, Den Haag
 Fotoweek, Rotterdam
 Het Gelders Orkest, Arnhem
 Genootschap van Nederlandstalige Misdaadauteurs

gfk, Amstelveen
 GGP Media, Pößneck (D)
 Grafische Cultuurstichting, Amsterdam
 Gregor's Lijsten, Spankeren
 Greenwheels, Rotterdam
De Groene Amsterdammer, Amsterdam
 Hebban.nl
 HEMA academie, Amsterdam
 Herschel, Amsterdam
 Iedereen Leest, Antwerpen (voorheen
 Stichting Lezen (B))
 Irma Boom Office, Amsterdam
 De Issuemakers, Amstelveen
 Jan Paul Schutten, Amsterdam
 Jonge Schrijversavond, Amsterdam
 Judith Maassen, Amsterdam
 Kennisnet, Zoetermeer
 KesselsKramer, Amsterdam
 Kinderboekenmuseum, Den Haag
 Kleine Revolutie Producties, Haarlem
 Koninklijke Vereniging van het Boekenvak (KVB),
 Amsterdam
 KRO/NCRV, Hilversum
 KunstCentraal, Utrecht
 LeesID, Amsterdam
 LEMZ, Amsterdam
LINDA. magazine, Naarden-Vesting
 Het Literatuurhuis, Utrecht
 Literair Productiehuis Wintertuin, Nijmegen

MET DANK AAN...

Logos Festival, Amsterdam
Het Luisterhuis, Haarlem
Luisterrijk, Haarlem
Luisterwijs, Amstelveen
M & F Vormgeving, Amsterdam
Make 'em Say, Amsterdam
Malmberg, Den Bosch
MassMovement, Amsterdam
De Media Maatschap, Amsterdam
Mediawijzer.net, Hilversum
Metro, Amsterdam
Middag van het Kinderboek, Amsterdam
Moker Ontwerp, Amsterdam
Museum Het Dolhuys, Haarlem
Nationaal Comité 4 en 5 mei, Amsterdam
NBD Biblion, Leidschendam
Nederland-schrijft.nl
Nederlands Fotomuseum, Rotterdam
Nederlands Gebarent centrum, Amersfoort
Nederlands Letterenfonds, Amsterdam
Nederlands Openluchtmuseum, Arnhem
De Nederlandse Boekenbon,
Bilthoven
Het Nederlands Symfonieorkest
(nu Orkest van het Oosten), Enschede
Nederlandse Taalunie, Den Haag
Niek van der Sprong Culturele Producties, Zwolle
NIELSON & CLAUS, Amsterdam
De Nieuwe Liefde, Amsterdam

Het Nieuwe Luxor, Rotterdam
NOC*NSF | De Nationale Sportweek, Arnhem
NPO2, Hilversum
NVPI, Amsterdam
Oirik, Apeldoorn
Openbare Bibliotheek Amsterdam (OBA)
Pakhuis de Zwijger, Amsterdam
Passionate Bulkboek, Rotterdam
Pathé Thuis, Utrecht
Philip Freriks, Amsterdam
Platform Bèta Techniek/Techniepact, Den Haag
Poetry International, Rotterdam
Poëziecentrum, Gent
Poëzieclub, Amsterdam
Praaning & Roekens, Amsterdam
De Praktijk, Amsterdam
ProBiblio, Hoofddorp
Quest, Amsterdam
RDH Printmedia, Wormerveer
Rijksmuseum, Amsterdam
Robert Overweg
De Roos, Amsterdam
Het Rotterdams Philharmonisch Orkest
Rubinstein, Amsterdam
Rutgers WPF, Utrecht
Schoolrv, Hilversum
Shared Stories, Amsterdam
SLAG (Stichting Literaire Activiteiten Groningen)
Soa Aids Nederland, Amsterdam

Spoorwegmuseum, Utrecht
Stadsschouwburg Amsterdam
Stage Entertainment, Amsterdam
Stedelijk Museum Amsterdam
Van Sterrenburg, Amsterdam
Stichting De Best Verzorgde Boeken, Amsterdam
Stichting Dioraphte, Den Bosch
Stichting Erik Hazelhoff Roelfzema, Den Haag
Stichting Exploitatie Olympisch Stadion,
Amsterdam
Stichting Kidsrights, Amstelveen
Stichting Lezen, Amsterdam
Stichting Lezen & Schrijven,
Den Haag
Stichting Literaire Activiteiten Nijmegen
Stichting Marktonderzoek Boekenvak (SMB),
Amsterdam
Stichting Schrijvers School Samenleving,
Amsterdam
Storytel, Amsterdam
Studio Jaap van der Zwan, Amsterdam
Studio Ron van Roon, Amsterdam
Studio Spirit & Sketch, Amsterdam
TechYourFuture, Deventer
Tresoar, Leeuwarden
Trouw, Amsterdam
Turing Gedichtenwedstrijd, Amsterdam
Unicef, Den Haag
Vara's Kinderen voor Kinderen, Hilversum

Valentijngenootschap, Oud-Beijerland
Vereniging Onbeperkt Lezen, Den Haag
Vereniging van Science Musea, Amsterdam
Vlaams Fonds voor de Letteren, Berchem
Vrucht vlees, Den Haag
vsvb Poëzieprijs
Zin, Amsterdam
Zwaan Printmedia, Wormerveer



Tekst: Just Enschedé

Fotografie:

Chris van Houts, Gerlinde de Geus, Maud Aarsen, Masha Bakker, Ruben Beekmans, Jan Jelle de Boer, Fred Ernst, Jean Haasbroek - Studio Haasbroek, Robert Heezen, Francien Jonge Poerink, Yuki Kho, Jørgen Koopmanschap, Rogier Maaskant, Matthijs van der Meer, Ender Ozcati, Peter Pasman, Maaïke Poelen, Mascha Ravelli, Sharon Ullers, George Verberne en Wim van der Vlugt.

Schutblad:

Auteurs van Boekenweek-geschenken en -essays, Amsterdam, Hotel De L'Europe, 4 maart 2015, foto: Keke Keukelaar.

Ontwerp:

Studio Jaap van der Zwan, Amsterdam

Lithografie:

Studio Spirit & Sketch, Amsterdam

Druk:

Ten Brink, Meppel

Verspreiding:

Onder de leden van de GAU, KBB, VOB

Oplage:

3.500 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

Issuu.com/stichtingcpnb

Linkedin.com/company/
stichting-cpnb