

Bookmanslichting-Bibliotheek
 Hierengracht 415
 1017 BP Amsterdam
 Tel.: 6243739

Stichting CPNB
 Keizersgracht 391
 1016 EJ Amsterdam
 t 020.626.4971
 f 020.623.1696
 www.cpnb.nl

Stichting Collectieve
 Propaganda van het
 Nederlandse Boek

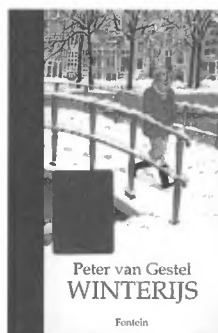
Met vriendelijke groet

Jaarverslag 2002

Activiteiten CPNB 2002

- Februari**
 01 Start 15^e editie Nederlandse Kinderjury
 04 EERSTE DRUKte en Vers voor de Pers, Theater de Meervaart Amsterdam Bekendmaking Top 100 Best Verkochte Boeken 2001 Persconferentie Boekenweek 2002 www.komliefste.com on line
- Maart**
 12 Boekenbal, officiële opening van de 67^e Boekenweek
 13-23 Boekenweek: **Hebban olla vogala nestas** - Verhalen en gedichten over de liefde
- April**
 08 Bekendmaking thema Boekenweek en auteur Boekenweekgeschenk 2003
 17 Bekendmaking en uitreiking Gouden en Zilveren Zonen (12-15 jaar)
- Mei**
 04-05 Speciale uitgave i.s.m. Nationaal Comité 4/5 mei
 08-28 De Weken van het Reisboek
 14 Uitslag Nederlandse Kinderjury 2002
- Juni**
 03 Bekendmaking Griffels en Penselen 2002
 01-30 Maand van het Spannende Boek: **Zusters in het kwaad** - Vrouwelijke auteurs & de misdaad
- September**
 02 EERSTE DRUKte en Vers voor de Pers, Theater de Meervaart Amsterdam Persconferentie Kinderboekenweek 2002
 29 Uitreiking Griffels en Penselen 2002
- Oktober**
 02 Officiële opening 48^e Kinderboekenweek
 02-12 Kinderboekenweek: **'AY AY KAPITEIN!'** - Boeken over boten
 14-26 Verkiezing Boek van het Jaar 2002
 31 Uitslag verkiezing Boek van het Jaar 2002 / Uitreiking NS Publieksprijs voor het Nederlandse Boek
- November**
 18 Bekendmaking thema Kinderboekenweek en auteur Kinderboekenweekgeschenk 2003

Vooraf



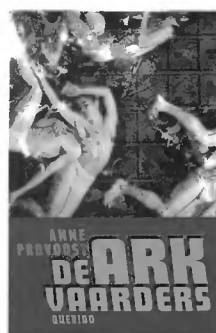
Gouden Griffel



Gouden Penneel



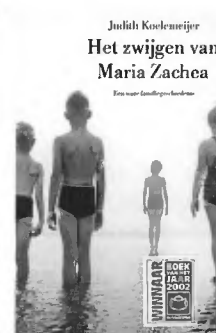
De Nederlandse Kinderjury



Gouden Zoen



De Jonge Jury



NS Publieksprijs

2

Het afgelopen jaar was het eerste volledige jaar waarin NBLC Vereniging van Openbare Bibliotheken partner is in de stichting CPNB, naast de oprichters, de Groep Algemene Uitgevers (GAU) en de Nederlandse Boekverkoopersbond (NBb). Daarmee is de CPNB het promotie-instituut geworden van de commerciële en de niet-commerciële boekenbranche. De samenwerking in het bestuur, waarin nu naast drie uitgevers en drie boekverko-

pers ook drie bibliothecarissen zitting hebben, is meer dan voortreffelijk. 2002 was ook het eerste volledige jaar waarin de Stichting CPNB gesponsord werd door de Nederlandse Spoorwegen. Al in dit eerste jaar werd door het Genootschap voor Reclame en de Vereniging van Erkende Adviesbureaus de Sponsor Ring 2002 toegekend aan de Nederlandse

Spoorwegen voor hun samenwerking met de Stichting CPNB. De reden voor de bekroning is de wijze waarop NS campagnes als de Boekenweek en de Kinderboekenweek ondersteunt. Zo komen met het Boekenweekgeschenk *De ijsdragers* van Anna Enquist in de Boekenweek van 2002 een dag gratis reizen. De jury motiveerde haar oordeel onder andere met: 'Hoe passender kan een fit zijn, want wie leest er niet in de trein?'

Eind 2002 werd *De*

Bestseller 60 geïntroduceerd. Het moet een wekelijkse publicatie worden die in de boekwinkels gratis voor het publiek beschikbaar is. In het nulnummer ging een lijst van de zestig best verkochte titels van de week vergezeld van genre-toptien en boekselecties naar aanleiding van actuele thema's. In 2003 zullen in een aantal

boekwinkels proeven worden genomen met de verspreiding en de vorm van *De Bestseller 60*. Basis van het blad is Boekmonitor, door de CPNB ontwikkeld en sinds medio 2002 ondergebracht bij Stichting Speurwerk betreffende het boek, het onderzoeksinstituut van de KVB. Dankzij steun van het Fonds Boekpromotie was het de CPNB mogelijk om een lang gekoesterde wens in vervulling te doen gaan, namelijk een

extra inzet voor het boek als cadeau. Doel is het aandeel van het boek in de markt voor cadeauartikelen, dat thans op 4 tot 5 % geschat wordt, te vergroten. Een winst op deze enorme markt van enkele tienden procenten zou al een

substantiële toename van de algemene boekenomzet betekenen. De CPNB is ervan overtuigd dat het veroveren van de cadeaumarkeet een kansrijke investering is. De cadeaucampagne startte in de periode tussen 16 november en 5 december met zeer frequente radioreclames. De vijftien verschillende spotjes speelden zich af in boekhandels in Groningen, Maas-



Zilveren Griffel



Zilveren Griffel



Zilveren Griffel



Zilveren Penseel



Zilveren Zoen



Zilveren Griffel



Zilveren Griffel



Zilveren Griffel



Zilveren Penseel



Zilveren Zoen

tricht, Middelburg et cetera. Als opmaat voor de Boekenweek van 2002 lanceerde de CPNB de website www.komliefste.com, met daarop een collectie van 547 Nederlandse liefdesgedichten. Uit deze collectie konden bezoekers van de site een eigen dichtbundel van tien gedichten selecteren en bestellen. 7.313 mensen bestelden daadwerkelijk hun persoonlijke liefdesgedichtenbundel. Natuurlijk kende

een uitgave van de CPNB weer een recordoplage. Dit jaar was het de beurt aan het geschenk voor Juni – Maand van het Spannende Boek. Van *Verlies* van Nicci French werden 430.000 exemplaren gedrukt. De *Weken van het Reisboek* werden in 2002 voor de eerste keer ondersteund met een eigen geschenk: de pocket WEG. Hiervan bedroeg de oplage ruim 100.000

exemplaren. 2002 was een jaar waarin de CPNB voortbouwde op de fundamente van jarenlange collectieve propaganda. Succesvolle bestaande acties werden verder ontwikkeld, nieuwe campagnes werden geïntroduceerd. Nieuwe campagnes zullen stap voor stap uitgebouwd moeten worden. Deze weg van de geleidelijkheid past bij het boekenvak, waar het geld schaars is. Maar het boekenvak is ook een vak waar

de kansen niet altijd volledig benut worden. Profilering van de eigen groep of de eigen titels wordt nog altijd verkozen boven een inzet voor de markt als geheel. Juist in een stagnerende markt is samenwerking tussen uitgevers en boekverkopers van het allergeenste belang. Samen met de bibliotheken moeten boekverkopers en uit-

gevers eraan werken om lezers blijvend in beweging te houden. Dit jaarverslag biedt u een weergave van de campagnes die de Stichting CPNB in 2002 heeft gerealiseerd. In deze weergave worden de basisactiviteiten – dat zijn de activiteiten waartoe de CPNB zich tegenover NBB, GAU en NBLC heeft verplicht – afgewisseld met aanvullende activiteiten. Deze onderneemt de CPNB op eigen initiatief, ter

ondersteuning van de basisactiviteiten maar ook vanuit de gedachte dat collectieve propaganda bestaat uit een continue bewerking van media en publiek op het terrein van alle genres. Onder leiding van directeur Henk Kraïma en adjunct-directeur Paul Mosterd hebben de medewerkers van het bureau zich weer op een uitstekende manier ingezet voor de collectieve belangen van het boekenvak. De bezetting van het bureau is in het jaar 2002 sterk verbe-

terd. Naast de vaste campagnes werden nieuwe ontwikkelingen gestimuleerd en uitgewerkt. Hiervoor spreek ik namens het bestuur mijn waardering uit. Ook heel veel dank aan al die vakgenoten die steeds weer bereid zijn mee te denken en mee te werken.

mei 2003

Dick Anbeek
voorzitter van het bestuur van de Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek

Boekenweek Exclusief voor de bibliotheken



CPNB 2002

4

JAARVERSLAG

Voor de openbare bibliotheken was de Boekenweek van 2002 de eerste 'eigen'. Natuurlijk waren bibliotheken gewend om een Boekenweek niet ongemerkt voorbij te laten gaan. En in heel wat steden bestaan er oude en hechte samenwerkingsverbanden tussen bibliotheek en boekwinkel als het gaat om het organiseren van lokale evenementen, ook tijdens de Boekenweek. Maar bibliotheken

hadden nimmer iets van de organisatie van de Boekenweek te verwachten, die zag alleen om naar uitgeverij en boekhandel. Dat is nu anders. Vanaf de eerste ideevorming over opzet en invulling van de Boekenweek wordt op het CPNB-bureau bekeken hoe de plannen voor de bibliotheken uitwerken, waar de kansen liggen voor bibliotheken om zich te profileren en welke materialen speciaal voor de bibliotheken ontwikkeld zouden moeten worden. Dat het Boeken-

weekgeschenk als premium aan de boekhandel is voorbehouden, was bij de onderhandelingen over het toetreden van NBLC tot de CPNB een uitgemaakte zaak. Net zo evident was de consequentie daarvan, namelijk dat de bibliotheken tijdens de Boekenweek over hun eigen *unique selling point* zouden moeten kunnen beschikken. Een bibliotheekgeschenk? Daarvan kun je het volgende zeggen: welk nieuw initiatief

er ook zou komen, het zou aanvankelijk altijd wat bleekjes afsteken tegenover het Boekenweekgeschenk. Want daarin is een collectieve inspanning van tientallen jaren samengebond. Het werd de *Boekenweektest*. Peter van Straaten tekent de liefde. Het is een pocket met daarin 25 tekeningen van Peter van Straaten met het thema van deze Boekenweek als onderwerp. Elke tekening illustreert of verbeeldt een roman of ander klassiek werk uit de Nederlandse of wereldliteratuur.

En het publiek mag raden welk werk bedoeld is. Een korte beschrijving van alle 25 boeken voorin het boekje en een citaat naast de tekeningen helpen de puzzelaar op weg. De Boekenweektest is een cadeautje van de openbare bibliotheek ter gelegenheid van de Boekenweek. Wanneer en aan wie het cadeau gegeven wordt, is niet centraal vastgelegd. Het kan een welkomstgeschenk zijn voor nieuwe abonnees, of voor de vaste klanten onder de meer dan twee miljoen bibliotheek-

leden boven de 18 jaar. De inhoud, met zijn verwijzing naar 25 boeken over één onderwerp, brengt het *unique selling point* van de bibliotheek naar voren. Die 25 klassiekers uit de wereldliteratuur zijn namelijk niet allemaal tegelijk in druk, en dus niet allemaal in de boekwinkel te koop. Maar een beetje bibliotheek heeft ze op de plank staan. Bij wijze van introductie gaf NS elke bibliotheek honderd exemplaren van de

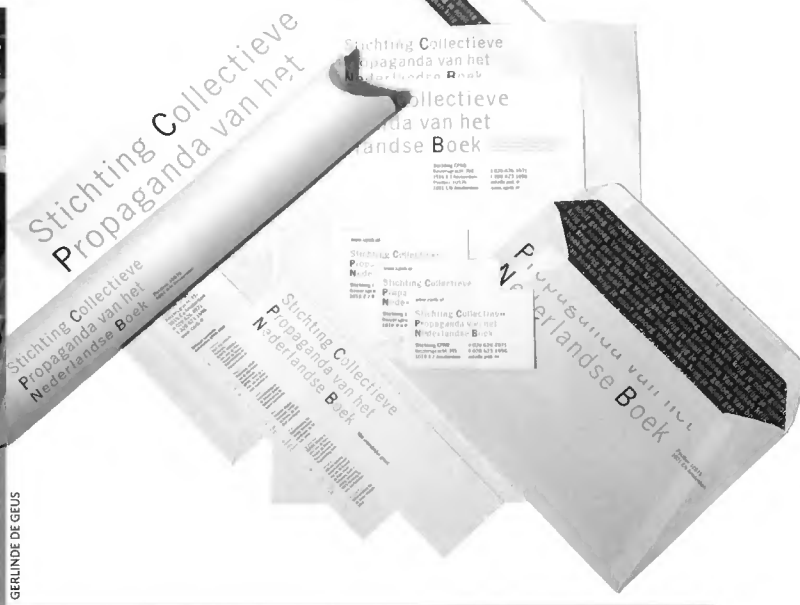
Boekenweektest cadeau: bij elkaar 116.000 boekjes. Tel daarbij de bestellingen van de bibliotheken en de uitkomst van het sommetje was 260.600 exemplaren. De eerste reacties op de Boekenweektest waren positief, ondanks de onwennigheid bij zowel publiek als bibliotheekmedewerkers. Duidelijk is dat de begeleiding van de bibliotheken in de komende jaren de nodige aandacht zal vragen. De pers toonde zich over het algemeen enthousiast.

Eerste Drukke / Vers voor de Pers Thuis in Osdorp



GERLINDE DE GEUS

Nieuwe huisstijl



Eerste Drukke en Vers voor de Pers gingen op 4 februari en 2 september in De Meervaart te Amsterdam. Het waren de vierde en de vijfde aflevering aldaar. Deelnemers en bezoekers zijn intussen aan deze locatie gewend. Beide malen

verscheen het *Wie is wie*-boekje, waarmee in 2001 begonnen is. Het drukwerk daarvan werd aangeboden door Koninklijke Wöhrmann in Zutphen. De voorjaarseditie telde 159 exposanten. Onder meer Kristien Hemmerechts, Jaap Scholten en Karel Glastra van Loon waren er. Jan Kuitenbrouwer en Wim Daniëls voerden het woord. De CPNB

maakte de Top-100 over 2002 bekend, met Nicci Frenchboeken op de plaatsen 1, 5, 28, 37, 52 en 54. De najaarseditie kende 176 exposanten en een record aantal bezoekers. Duidelijk is dat ook inkopers van bibliotheken nu de weg naar Eerste Drukke weten te vinden. Carry Slee vertelde over haar

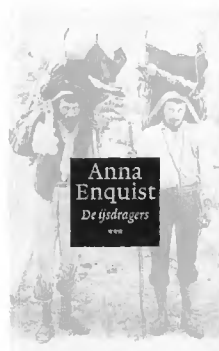
nieuwe boek. Midas Dekkers, Nelleke Noordervliet en Marjan Berk signeerden. Ronald Giphart was er. PCM Algemene Boeken presenteerde de reeksen van het Pockethuis. En Mai Spijkers schonk daar een glas wijn bij.

De toetreding van de bibliotheken vormde de aanleiding voor de CPNB om de eigen huisstijl te vernieuwen. In januari kwamen de eerste uitingen naar buiten. Ontwerper Irma Boom koos voor de basiskleuren blauw en zwart. Ze verwerkte deze op heldere, om niet te zeggen blonde wijze. De voluit geschreven naam van de CPNB zorgde voor het beeld: Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek. Eigenlijk is dat zeer op zijn plaats voor een organisatie die

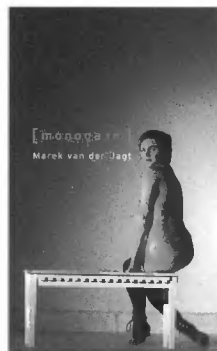
propaganda maakt voor geschreven tekst. Op het briefpapier staat in kleine letter vermeld dat de CPNB een samenwerkingsverband is van NBB, GAU en NBLC. En de enveloppen kregen de aloude slogan *Van boeken krijg je nooit genoeg* als voering. De vorige huisstijl, ontworpen door Gerard Unger, heeft negen jaar dienst gedaan.

Boekenweek

Je eigen bundel liefdesgedichten



Oplage 749.700



Oplage 67.800



Oplage 152.000



De hoge verwachtingen waarmee de Boekenweek 2002 was omgeven, zijn in de praktijk niet bewaarheid. De afgelopen jaren was er door de boekhandel duidelijk geplust, nu waren er kleine plusjes of bleven de resultaten gelijk aan het jaar ervoor. Wanneer we in de beschouwing betrekken dat de omzet van het algemene boek in 2002 onder druk stond, dan moet het eindoordeel over een Boekenweek die zich minimaal op het eerder bereikte niveau handhaaft, toch positief uitvallen.

Hebbaan olla vogala nestas. Verhalen en gedichten over de liefde. De oudste dichtregel uit de Nederlandse literatuur diende als motto voor deze Boekenweek. Anna Enquist schreef het Boekenweekgeschenk, *De ijsdragers*. Het Boekenweekessay kwam uit de stad van Sigmund Freud: Marek van der Jagt schreef *Monogaam*. Er werd door dit tweetal niet in boekwinkels gesignd. In verband met het verlies van haar dochter gaf Enquist de voorkeur aan een tournee met een literair-muzikaal

programma, samen met de pianist Ivo Janssen. En Marek van der Jagt bedankte beleefd: 'Buiten mijn werk is de enige rol die ik kan en wil vervullen, die van een bode die een brief komt opbrengen'. Toch was er iets buitengewoons te beleven: het aanbod aan ieder die dat wenste om zijn of haar eigen dichtbundel met tien liefdesgedichten en een persoonlijke opdracht in één exemplaar te laten vervaardigen. Het aanbod: de website www.komliefste.com. De bundel: *Liefste*.

Uit de Nederlandse liefdespoëzie vanaf de 12de eeuw brachten C.J. Aarts en M.C. van Etten een collectie van 547 gedichten bij elkaar die vanaf 4 februari op de website te raadplegen was. Tijdens de Boekenweek was de bestelprocedure geopend: doe de tien gedichten van je voorkeur in het winkelwagentje en kies bij welke boekwinkel je in april de bundel wilt komen ophalen. Prijs van het boekje: € 7,50. Betaling per acceptgiro. Zo'n aanbod heeft ondersteuning nodig. Op de website was

te vinden hoe Paul Bosvelt, Robert ten Brink, Gerrit Komrij, Nico ter Linden, Henk van der Meyden, Jan Mulder, Jeltje van Nieuwenhoven en Annette van Trigt hun *Liefste*-bundeltje zouden samenstellen. Bibliotheken en boekwinkels werden voorzien van een toonemplantaar van de complete collectie gedichten in boekvorm, zodat het publiek niet alleen digitaal maar ook analoog aan de collectie zou kunnen ruiken. En twee gratis Boomerang-kaarten zochten het publiek

op andere plekken op. Gopher Publishers in Groningen bouwde de website en de database met gedichten. Binderij Hexspoor in Bostel zorgde voor de productie en de acceptgiro's. NS verleende extra financiële steun. Meer dan 80.000 mensen bezochten www.komliefste.com. Op de kop af 7.313 mensen maakten van het aanbod gebruik en bestelden een dichtbundel naar hun voorkeur. Is dat veel? Is dat weinig? Het valt niet te zeggen bij een zo innovatief project. Er bestaat eenvoudig

geen vergelijkingsmateriaal. Het was de eerste maal dat *printing on demand* via de boekhandel naar het algemene publiek werd gebracht. Hoe dan ook, hoofdaannemer Hexspoor verdiende er twee innovatieprijzen mee. En... Hans Andreus was de meest gekozen dichter. De publiciteit rond het Boekenbal op 12 maart in de Amsterdamse Stadsschouwburg werd beheerst maar allerm minst gefnuikt door Het Bal der Geweigerden, dat zich tegelijk in Paradiso afspeelde. In het

Verliefd?
el uw eigen
nlezing
men.

Hel
iefste

Tien
zelfgekozen
gedichten.
€ 7,50

voorprogramma van het *Bal d'amour* presenteerde Dolf Jansen een liedjesprogramma met Brainpower, Lucretia van der Vloot, Jan Rot, Theo Nijland, Titi Zaadnoordijk en Hans Dorrestijn. Daarna konden de Boekenbalgasten dansen, onder meer op muziek van Handsome Harry Company en dj's Stan Rijven en Joost Zwagerman. Treinreizigers maakten massaal gebruik van de aanbieding van NS om op zondag 17 maart met het Boekenweekgeschenk gratis te reizen. Het Boekenweekaffiche

werd ontworpen door het ontwerperscollectief Machine. Boekhandel Vos & Van der Leer in Dordrecht won de Boekenweek-etalagewedstrijd van Boekblad. En wat kochten de mensen in de winkel, in die maartdagen van 2002? *De puinhopen van acht jaar paars* van Pim Fortuyn (Karakter) en *De oude kustlijn* van M. Vasalis (Van Oorschot).

Van het bestuur

Het bestuur van de Stichting CPNB kwam in 2002 vijf maal bijeen.

Per 1 januari 2002 bestond het CPNB-bestuur uit:

Toine Akveld (Uitgeverij De Fontein),

penningmeester/ vice-voorzitter

Dick Anbeek (Boekhandel Fanoy), voorzitter

Greetje van Gemert (OB Deventer)

Mark Los (Boekhandel De Kler)

Theo Peeters (OB Oosterhout)

Henk Schuurmans (Tirion Uitgevers)

Rammy Speyer (Stichting Probiblio)

Eric Visser (Uitgeverij De Geus)

Hylco Wijnants (Boekhandel Broese)

Met ingang van 24 april trad Rammy Speyer op als tweede vice-voorzitter. Op 13 december traden Theo Peeters en Henk Schuurmans af als bestuurslid. Theo Peeters vertrok naar het NBLC-bestuur. Henk Schuurmans was aan het einde van zijn zittingstermijn. Hij is per 1 januari 2003 opgevolgd door Rob Hogenes (De Boekerij). Adriaan Langendonk namens de NBB, Jan-Ewout van der Putten namens NBLC en Gerhard Brijder namens de GAU woonden de bestuursvergaderingen als assessoren bij.

Mooiste Boekomslag

Op 24 januari werd de winnaar bekend gemaakt van de verkiezing van het Mooiste Boekomslag van 2001. Het was *Het glazen paleis*, een roman van Amitav Ghosh (Bert Bakker). Boekverkopers kozen in januari de winnaar uit vijftien omslagen die in december genomineerd waren. Het omslag van *Het glazen paleis* toont dezelfde foto als de Engelstalige editie en werd voor Bert Bakker beletterd door

Nanja Toebak. Voor de uitgever was er een wisselbokaal, voor de ontwerper een gegraveerd drinkglas. De verkiezing van het Mooiste Boekomslag was een initiatief van Stichting De Best Verzorgde Boeken en Boekblad. Het stemmen verliep via www.boekblad.nl.

Gouden Zoen naar Provoost Jonge Jury naar Stichting Lezen



Voorleesontbijt groeierende

De 15de mei was het voor de negende maal Nationale Voorleesdag. Het Nationale Voorleesontbijt is nog steeds groeiende. Op 550 scholen, 640 kinderdagverblijven en 40 bibliotheken kwamen burgemeesters, politici en tv-prominenten tijdens het ontbijt voorlezen. Het leverde brede, lokaal geschakeerde publiciteit op. In de middag vond in Muziekcentrum Vredenburg Utrecht de finale plaats van de voorleeswedstrijd. Is dat langzamerhand niet

de grootste wedstrijd van Nederland? Met 59.000 deelnemende kinderen, afkomstig van 2.260 basisscholen. En met Wout Schipper uit Broek in Waterland als winnaar. De finale wordt er voor de kinderen anders niet makkelijker op. Behalve een ingestudeerd fragment, moesten de twaalf finalisten ook onvoorbereid een fragment voorlezen. De Nationale Voorleesdag is een initiatief van Stichting Lezen in samenwerking met CPNB en NBLC en werd gesponsord door Lay's chips.

Op 17 april werden tijdens een ontbijt in Felix Meritis te Amsterdam de Gouden en Zilveren Zoenen uitgereikt. Anne Provoost won voor de tweede maal de Gouden Zoen, ditmaal met *De arkvaarders* (Querido). De jury noemde het boek van Provoost 'een magistrale roman'. De Zilveren Zoenen gingen naar *Het zwarte slik* van David Almond (Querido) en *De zoen is een maffe god* van de Noorse auteur Jon Ewo (Davidsfonds), die bij de

prijsuitreiking aanwezig was. Eervolle vermeldingen waren er voor *De laatste brief* van Hanneke de Jong (Van Goor) en *Schuldig* van Nancy Werlin (Kluitman Alkmaar). De jury bestond uit Xandra van Gelder, Jennifer Hofstede, Jasper Leibbrand, Dick Schram (voorzitter) en John Schrijnemakers. De winnaars ontvingen de prijs uit handen van CPNB-bestuurslid Greetje van Gemert.

Een dag later organiseerde Bulkboek in het Zaantheater in Zaandam de eerste Dag van de Jonge Jury, met 400 kinderen van 12 tot 16 jaar. Bij die gelegenheid werd de uitslag bekend gemaakt van de Jonge Jury 2002. Na vier jaar onafgebroken Carry Slee was er nu een andere winnaar: *Harry Potter en de Geheime Kamer* van J.K. Rowling (De Harmonie). Er waren circa 5.000 stemmen uitgebracht, waarvan een 10% via www.jongejury.nl. Met de Dag van de

Jonge Jury voegt Bulkboek, na Bulkboek's Dag van de Literatuur (voor leerlingen vanaf 16 jaar) en Bulkboek's Dag van het Literatuuronderwijs (voor leerkrachten) een derde landelijk evenement aan zijn programma toe. De CPNB droeg in 2002 het beheer van de Jonge Jury in licentie over aan Stichting Lezen. Zo krijgt de jeugdboekencampagne na vijf jaar een bredere organisatorische bedding. Zij is nu ingebed in een samenwerkingsverband waarin Stichting Lezen voor de finan-

ciering en de sponsorcontacten zorgt (Coca Cola sponsort), Stichting Bulkboek voor de organisatie, Stichting SSS voor de communicatie naar scholen en bibliotheken, en de CPNB voor de productie van de jeugdboekengids S.Y.P.R.A.B. en de toekenning van de Gouden en Zilveren Zoenen.

4 en 5 mei

Toespraken gebundeld



Zeven exposities

End februari werd de selectie van 48 Best Verzorgde Boeken van 2001 bekend gemaakt. En al op 24 april vond de opening plaats van de jaarlijkse expositie in het Stedelijk Museum Amsterdam. De jurering is vroegd om te bereiken dat de kersverse selectie direct in februari ook kan worden voorgelegd aan de internationale jury voor *Schönste Bücher aus aller Welt* in Leipzig. En niet pas elf maanden later, zoals

totnogtoe het geval was. Het betekende dat de Leipziger jury voor één keer twee jaargangen Best Verzorgde Boeken te beoordelen had. Vijf boeken ontvingen een prijs. Behalve in het Stedelijk Museum en op de Leipziger Messe waren de Best Verzorgde Boeken van 2001 te zien in het Museum Meermanno in Den Haag, de School voor Journalistiek in Utrecht, op de Frankfurter Buchmesse, in het Institut Néerlandais in Parijs en bij Druk-

kerij LenoirSchuring in Amstelveen. Wigger Bierma, Carel Kuitenbrouwer, Lidewijde Paris, Ron van Roon en Martien Ulder vormden de jury. De organisatie van De Best Verzorgde Boeken 2001 werd ondersteund door Grafisch Papier, PCM Algemene Boeken en de Weekbladpers Groep. In de organiserende stichting De Best Verzorgde Boeken werken de CPNB, de vormgeversorganisatie BNO en de Grafische Cultuurstichting samen.

En nieuwe partner voor de CPNB verscheen in 2002 op het tapijt: het Nationaal Comité 4 en 5 mei. Al vele jaren nodigt het Nationaal Comité sprekers uit om bij de herdenking en de viering van de bevrijding het woord te voeren. Op de 4 mei-bijeenkomst in de Nieuwe Kerk in Amsterdam was dat meestal een literair auteur, wiens

rede als regel ook in een boekje werd uitgegeven. Nu hebben het Nationaal Comité en de CPNB de krachten gebundeld om de sprekers ter gelegenheid van 4 en 5 mei in één boekje te bundelen en dit boekje snel en breed naar boekhandel en bibliotheken te verspreiden. Snel: vanaf maandag 6 mei was het boekje voor € 7,50 te koop bij de boekwinkels die exemplaren op aanbieding hadden besteld. Breed: op diezelfde dag beschik-

ten alle openbare bibliotheken over een inlijfexemplaar, ze door de twee co-uitgevers aangeboden. De Nederlandse Bibliotheekdienst deed daarvoor de geplastificeerde band cadeau. Het boekje bevatte de tekst van de rede die F. Springer op 4 mei in de Nieuwe Kerk uitsprak, *Nooit vergeten*. Deze werd gevolgd door het gedicht *Stad*, dat

Willem van Toorn op verzoek van het Nationaal Comité schreef en in de Nieuwe Kerk voordroeg. Draai het boekje om en het heet *Vrijheid luistert nauw*. Het is de titel van de rede die Anne van der Meiden op Bevrijdingsdag hield in de St. Jacobskerk te Vlissingen. In totaal vonden 9.000 boekjes hun weg.

Weken van het Reisboek Duizend-en-één leestips



10

CPNB 2002

JAARVERSLAG

De Weken van het Reisboek, drie weken in mei, voor de derde maal. Ditmaal met een verhoogde inzet voor het vakantiegebonden assortiment: reisgidsen, taal­gidsen, reisboeken, reisverhalen. Het magazine WEG werd opge­waardeerd tot een 288 pagina's dikke pocket, een heuse almanak

van het reisboek. Gespreid over meer dan tachtig bestemmingen werd het aanbod gepresenteerd, in een uitgeknipte mix van reisgidsen, archi­tektuur-, kook- en kunstboeken. En niet te vergeten romans met een duidelijke *couleur locale*. Buitenlandcorrespondenten van NRC Handelsblad, Volkskrant en NOS-journaal droegen leestips bij. Cartoons van Fokke & Sukke zorgden op de

dichtbezette pagina's voor de broodnodige adempauze. De pocket werd onder de kostprijs aan de boekhandel aangeboden, om cadeau te doen aan iedereen die een reisgids aanschaft. Voor € 7,50 was WEG ook los te koop. De lezers werden uitgenodigd om op www.wekenvanhetreisboek.nl suggesties te



Oplage 101.700

doen voor titels in de volgende editie. Een speciale set affiches voor de bibliotheken, winkel­materiaal en een intensieve campagne radios­pots ondersteunden de Weken van het Reisboek. Ruim 500 boekwinkels namen de pocket af. De reisgidsenuitge-

vers en grote spelers aan boekver­koperszijde hebben echter nog niet met volle kracht ingehaakt. Maar er zijn voldoende positieve signalen van individuele boekwinkels en in de pers om door te gaan.

Griffels en Penselen Van Gestel & Min in de bloemen



Op 3 juni werden de winnaars van de Griffels en Penselen bekend gemaakt. De Gouden Griffel werd toegekend aan *Winterijs* van Peter van Gestel (De Fontein). Willemien Min verdiende het Gouden Penseel voor haar tekeningen bij ik

schilder je in woorden van Hans Hagen (Van Goor). Er waren zes Zilveren Griffels en twee Zilveren Penselen. Welke boeken dat waren, is voorin dit jaarverslag te vinden. Er vielen dit jaar geen vertaalde boeken in de prijzen – dat was voor het eerst.

De Griffels werden toegekend door een jury bestaande uit Marjolein van Dam, Toin Duijx, Annelies Fontijne, Marianne van Gink en Helma van Lierop (voorzit-

ter). De Penseeljury bestond uit Bregje Boonstra (voorzitter), Marieke Oomen, Ankie Posthumus, Ger Schoolenaar en Ida Schuurman. Bij wijze van eervolle vermelding kenden beide jury's aan zeven boeken een Vlag en Wimpel toe.

Hier en daar in de branche bestaat het

gevoel dat de Griffels en Penselen niet meer voldoen aan de eisen van het vak. De CPNB onderzoekt of het zinvol is om tot een verandering te komen, met de intentie om eventuele aanpassingen tijdig voor de editie van 2004 door te kunnen voeren. De toekenning van de Griffels en Penselen wordt financieel ondersteund door de Stichting Kind en Boek van de GAU.

Dick Kok overleden



Op 15 mei overleed uitgever Dick Kok, 64 jaar oud. Hij was in de jaren zeventig zeven jaar lang bestuurslid van de Stichting CPNB. Als uitgever was hij de initiator van een aantal Boeken van de Maand van de CPNB, zoals *Willink* en *Het leven van de Nederlan-*

der. Van eind 1985 tot juni 1986 nam hij als gedelegeerd bestuurslid het directeurschap van het bureau waar.

Sponsor NS

De trein en het lezen innig verstrengeld



De Nederlandse Spoorwegen heeft de SponsorRing 2002 gewonnen voor de campagne *Tijd voor lezen*. De sponsorovereenkomst die NS en CPNB in het voorjaar van 2001 gesloten hebben, is als het hart van deze campagne te beschouwen. 'Hoe passender kan een fit zijn, want wie leest er niet in de trein?', stelt het juryrapport. Ook de invulling van de sponsoring, onder andere door mensen

met het Boekenweekgeschenk gratis te laten reizen, bekoorde de jury. Op initiatief van de Vereniging van Erkende Adviesbureaus, het Genootschap voor Reclame en Sponsor Magazine worden jaarlijks enkele SponsorRingen toegekend. Daarmee wordt een aantal bedrijven bekroond voor hun sponsoractiviteiten. Er is een SponsorRing Grand Prix (in 2002 voor Heineken) en er zijn SponsorRingen in de categorieën cultuur & entertainment, kunst, maatschap-

pij, media en sport. NS verdiende de SponsorRing 2002 in de categorie maatschappij. Er is een zeskoppige vakjury, er zijn nominaties, er was een feestelijke bekendmaking – op 20 november in de Heineken brouwerij in Amsterdam. *Tijd voor lezen* is in oktober 2001 van start gegaan. Wat NS ermee wil is vanuit een andere hoek dan de gebruikelijke de aandacht vestigen op de voordelen van het reizen met de trein

ten opzichte van de auto. 'Een positief aspect van het reizen met de trein is dat je in de trein goed kunt lezen. De trein geeft de mogelijkheid te ontspannen, te verdiepen, te onthaasten of je werk voor te bereiden', stelt NS. Het resultaat van de inspanningen op langere termijn moet dan ook het besef zijn dat je slim bent

door met NS te reizen, omdat je dan meer uit je tijd haalt. *Tijd voor lezen* wil laten zien dat NS lezen stimuleert. Om die keuze verantwoord in te vullen en via massamedia tot uitdrukking te laten komen, achtte NS samenwerking met een andere organisatie noodzakelijk. Die organisatie is de CPNB geworden. NS beschouwt de sponsorrelatie met de CPNB als 'drager' van *Tijd voor lezen*. Het betekent dat NS bij alle belangrijke

campagnes van de CPNB aanhaakt, het betekent niet dat CPNB-campagnes daarin een exclusieve positie hebben. NS werkt in het kader van *Tijd voor lezen* ook samen met andere partners in de boekenbranche. Toetssteen is of deze geschikt zijn om bij te dragen aan een positiever beeld van de trein en van het merk NS. Zo legde *Tijd voor lezen* verbanden met de Landelijke Gedichtendag, het

Kinderfestival van Poetry International, het Letterkundig Museum, Uitgeverij De Geus en Rainbow Pockets. Omdat bij een groot aantal onderdelen van *Tijd voor lezen* sprake is van 'aanhaken' aan campagnes van de CPNB, is het voor NS belangrijk om steeds op dezelfde manier in beeld te zijn. Het motto *Tijd voor lezen* en de diverse visuele uitwerkingen daarvan – logo, website, advertenties – zorgen daarvoor. Gekozen is voor een eigen vormgeving die los staat van de mar-



ketingcommunicatie van NS, maar daar wel enigszins 'familie' van is. Het sponsorbedrag bedraagt € 450.000 per jaar. Daarnaast besteedt NS een substantieel bedrag aan aanvulling en versterking van de CPNB-campagnes. De financiële inbreng van NS is niet van cruciaal belang voor het voortbestaan van de campagnes, maar wordt ingezet voor innovatie en verbreding.

De sponsorovereenkomst met de CPNB maakt NS tevens tot sponsor van de Boekenweek, de Kinderboekenweek, de Maand van het Spannende Boek, de Weken van het Reisboek en de NS Publieksprijs. Sinds *Tijd voor lezen* van start is gegaan, wordt binnen NS systematisch gekeken hoe lezen en de trein in uitingen en activiteiten aan elkaar gekoppeld kunnen worden. Voorbeelden zijn de fotografie in de campagne voor de Voordeelurenkaart, speciaal bedrukte

servetjes voor treincarteraar Albron, de *Tijd voor lezen*-draagtasjes die werden uitgedeeld op de Deventer boekenmarkt, boeken die als premium aan klanten of eigen medewerkers worden gegeven en boekenbonnen die NS bij wijze van genoegdoening aan benadeelde klanten geeft. De klanten van NS worden van de *Tijd voor lezen*-activiteiten op de hoogte gehouden via het eigen magazine SPOOR, het

gratis ochtendblad Metro en het maandblad RAILS. Voor de eigen medewerkers zijn er personeelsbladen en intranet. Dan is er de website www.tijdvoorlezen.nl, met daarop een boekentoptien, een prijsvraag, een literaire agenda en informatie over de campagnes van de CPNB. De spectaculairste invulling van *Tijd voor lezen* is zonder twijfel het gratis reizen. Een geldig vervoersbewijs, dat was *De ijsdragers* van Anna Enquist op zondag 17 maart. En *Boris en het woeste*

water van Rindert Kromhout tijdens de gehele Kinderboekenweek. In de Kinderboekenweek werden bovenop dit 'treinkaartje van 96 pagina's' nog eens 450.000 railrunnerkaartjes weggegeven via de onderwijspakketten. Zo worden de treinreizigers van de toekomst gekweekt. In de Boekenweek liet NS het niet bij gratis reizen. Een financiële bijdrage maakte het

de CPNB mogelijk van de eerste Boekenweektest honderd exemplaren aan elke bibliotheek cadeau te doen. Ook nam NS deel in de liefdesgedichten-website www.komliefste.com. En bij de Kinderboekenweek pakte NS een oud maar beproefd middel op: de boekenlegger. Boekwinkels en bibliotheken werden voorzien van 680.000 *Tijd voor lezen*-bladwijzers. Respons is niet altijd hetzelfde als waardering. Maar met het gratis reizen op vertoon van *De*

ijsdragers bleek dit wel het geval. Volgens de Promotie Barometer die NFO/Trendbox en TBWA/Brand Experience Company elke drie maanden samenstellen, was het gratis reizen met het Boekenweekgeschenk de meest gewaardeerde actie van het eerste kwartaal van 2002. Voor deze Barometer worden elk kwartaal veertig campagnes beoordeeld door minimaal 300 Nederlanders.

Financieel Meer activiteiten

Vijfjarenoverzicht

Bedragen x € 1.000.000	2002	2001	2000	1999	1998
Baten					
Vaste bijdragen					
NBb/NBLC/GAU*	1,10	0,89	0,70	0,58	0,57
Fondsen NBb/GAU	0,60	0,26	0,21	0,22	0,05
Deelname					
boekverkopers en uitgevers	1,98	1,98	2,10	1,84	1,87
Subsidies, sponsoring	0,83	0,59	0,35	0,45	0,37
Overige inkomsten	1,30	1,09	0,77	0,73	0,59
Reserves / egalisatie acties	0,05		0,01	0,12	0,21
Totaal baten	5,86	4,81	4,14	3,94	3,66

Bedragen x € 1.000.000	2002	2001	2000	1999	1998
Lasten					
Bureaukosten	1,43	1,19	0,69	0,72	0,66
Basisactiviteiten**	1,98	1,81	1,79	1,40	1,46
Aanvullende activiteiten	2,29	1,85	1,53	1,75	1,41
Reserves / egalisatie acties	0,13		0,05	0,06	0,11
Totaal lasten	5,83	4,85	4,06	3,93	3,65
Resultaat	0,03	-0,04	0,08	0,07	0,01
Reserves ultimo jaar	0,84	0,73	0,71	0,63	0,70

*NBLC met Ingang van 1 augustus 2001 **Basis-activiteiten zijn campagnes die de CPNB verplicht is te organiseren. Ze worden gedekt uit de vaste bijdragen en de bestellingen van boekhandel en de uitgeverij. Aanvullende activiteiten zijn eigen initiatieven van de CPNB. Deze worden geheel bekostigd uit de deelname van uitgevers, boekwinkels en bibliotheken, aangevuld met sponsorgelden en subsidies

Het jaar 2002 was voor de Stichting CPNB het eerste volle jaar met het NBLC als derde participant naast NBb en GAU. De activiteitenstroom zwol dienovereenkomstig aan, en dat is in de kosten terug te vinden. Deze stegen van € 4,85 miljoen in 2001 naar € 5,83 miljoen in

2002, een stijging van 20%. De inkomsten stegen iets meer, met 22%, van € 4,81 naar € 5,86 miljoen. Daarmee sloot 2002 voor de CPNB af met een positief resultaat van € 0,03 miljoen. Het vorige jaar had nog een negatief resultaat van € 0,04 miljoen te zien gegeven.

Het positieve resultaat werd toegevoegd aan de reserves. Inclusief de toevoeging

beliepen de reserves aan het eind van 2002 met elkaar € 0,84 miljoen. Net als in 2001 ging een kwart van de lasten op aan bureaunkosten: € 1,43 miljoen. Van de lasten werd 2% gereserveerd. De overige 73% kwam aan de activiteiten ten goede.

De inkomsten kwamen voor € 1,10 miljoen oftewel 19% uit de vaste bijdragen van de drie participanten NBb, GAU en NBLC. Fondsen van NBb en GAU droegen € 0,60 miljoen bij, tegen € 0,26 miljoen een jaar eerder. Deze toename kwam vooral op het conto van het Fonds Boekpromotie dat extra gelden beschikbaar stelde voor

een cadeau campagne. De omzet van campagnematerialen aan boekwinkel en bibliotheek bleef constant op € 1,98 miljoen, waarmee het aandeel van de materialen-omzet in de inkomsten van de CPNB dalende is. In twee jaar is het van 51% naar 34% gegaan. Het betekent dat de financiële dekking van de activiteiten van de CPNB steeds breder gespreid wordt over subsidies, sponsor-

bijdragen en overige inkomsten. De ledenvergaderingen van de NBb en de GAU zijn in het najaar akkoord gegaan met de vaste ledenbijdrage voor 2004. De NBLC had al in een eerder stadium voor een meerjarige periode akkoord gegeven.

De Nederlandse Kinderjury Harry Potter voor altijd



De Nederlandse Kinderjury kwam in 2002 voor de vijftiende maal bijeen. Reden genoeg om met een extra-speciale editie voor de dag te komen. De gebruikelijke focus op de nieuw verschenen boeken van het afgelopen jaar maakte voor één jaar plaats voor een andere vraag aan de jeugdige juryleden: wat vinden jullie het mooiste boek aller tijden?

Bij zo'n vraag hoort een geheugensteun. Met hulp van jeugdbibliotheken, kinderboekwinkels en recensenten werd een lijst opgesteld met 137 Nederlandse of in het Nederlands vertaalde boeken; boeken die alle min of meer tot de kandidaat-mooiste gerekend konden

worden. Buiten de lijst om kiezen mocht natuurlijk ook. Omdat de jureringsperiode samenviel met de Tweede Kamerverkiezingen werden de materialen quasi als echte stembiljetten uitgevoerd. Balpennen met halskoord dienden als premium. Bij wijze van jubileumcadeau werden de deelname-

pakketten gratis aan alle basisscholen en openbare bibliotheken toegezonden. Het begin van de stemperiode werd op 6 februari in Zaanstad, de Hoofdstad van de Nederlandse Kinderjury, gemarkeerd door burgemeester Ruud Vreeman, samen met Kinderjury-favorieten Carry Slee en Jacques Vriens. Samen met 70 bekende Zaanse en gemeente-ambtenaren lazen ze overal in de stad aan meer dan 2.000 kinderen voor.

Op verkiezingsdag

15 mei werden in een Z@ppelin-uitzending van de NPS de winnaars bekend gemaakt. Winnaars? Het was er maar één. De kinderen uit de onderbouw bleken het roerend eens te zijn met die uit de bovenbouw: het mooiste boek aller tijden is *Harry Potter en de Steen der Wijzen*

van J.K. Rowling (*De Harmonie*). Door dit resultaat in beide leeftijdsgroepen kwam ook de Hotze de Roosprijs van de gemeente Zaanstad bij het eerste deel in de Harry Potterserie terecht. Vorig jaar had *Harry Potter en de gevangene van Azkaban* al de Hotze de Roosprijs gewonnen. Nu kinderen geen nieuwe boeken hoefden te lezen om als jurylid mee

te kunnen doen, was de drempel om mee te doen laag. Maar liefst 101.537 kinderen brachten hun stem uit, meer dan een verdubbeling ten opzichte van een 'gewoon' Kinderjuryjaar. Tot slot: *Harry Potter en de Vuurbeker* eindigde als tweede.

Campagne-2002

Stickers voor de Boekenbon



Boekmonitor naar KVB

16

J A A R V E R S L A G

C P N B 2 0 0 2

In opdracht van Boekenbon bv verzorgde de CPNB ook in 2002 de propaganda voor de Boekenbon. Het communicatieplan voor de Boekenbon mikt op het afficheren van de boekwinkels als de plaats waar de bon te verkrijgen of in te leveren is. Maar uit een korte rondgang bleek dat in de meeste winkels voor het publiek verborgen blijft

dat er zo iets als een Boekenbon bestaat. Vergelijk dat eens met de brede verspreiding van stickers die aandacht vragen voor de VVV-geschenkbbon. Daarmee was het vertrekpunt voor de campagne-2002 gevonden: een vel met acht blauw-gele stickers waarmee de

winkelier zijn klanten op de Boekenbon kan wijzen. Opzichtstickers voor op toonbanken en boekenkasten. Doorzichtstickers voor achter etalageruiten en glazen deuren.

Een loterij moest de winkels enthousiast maken om daadwerkelijk te stickeren. Als prijs werd een bedrag van € 10.000 in boekenbonnen in het vooruitzicht gesteld. In de loop van

augustus bezochten promotiemedewerkers met een camera in de hand bijna 1.300 boekwinkels om de kanshebbers voor deze prijs in kaart te brengen. Het bleek dat circa 65% van de winkels met de stickers aan de slag was geweest. De prijs ging naar Christelijke Boekhandel de Wegwijzer in Amersfoort. En om de Boekenbon nog steviger in de boekwinkel te verankeren, kregen de stickers gezelschap van een ander Boekenbonproduct:

een wandklok op batterij, te bestellen voor € 15. De eenmalige oplage kwam uit op 175 stuks.

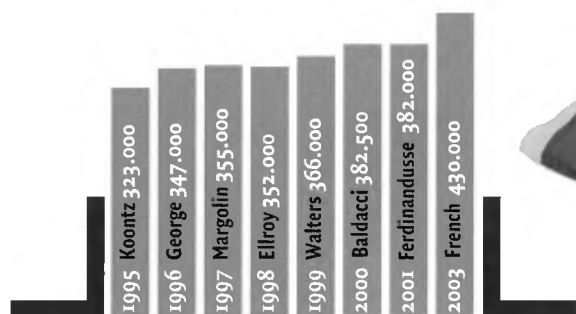
In het eerste halfjaar pluste de boekenbonomzet met 17%. Daar zat het effect van de euro-omwisseling in. Maar ook over het gehele jaar hield de boekenbon met een plus van ruim 13% de stijgende lijn goed vast.

Na 3,5 jaar heeft de CPNB afscheid genomen van Boekmonitor. De KVB heeft besloten om de wekelijkse afzetregistratie en-rapportage per 1 juli over te nemen en te integreren in de onderzoeksactiviteiten van Stichting Speurwerk betreffende het boek. Eind 2001 was aan de introductieperiode van Boekmonitor een einde gekomen. In afwachting van een oplossing voor de toekomst heeft de

CPNB Boekmonitor in de eerste helft van 2002 op extra-budgettaire basis voortgezet. De overdracht aan de KVB heeft met gesloten beurzen plaatsgevonden. De CPNB blijft verantwoordelijk voor de publicitaire aspecten van Boekmonitor, de KVB concentreert zich op inhoudelijke verbeteringen.

Juni. Maand van het Spannende Boek

Winst boeken met *Verlies*



In een tijdsbestek van enkele jaren hebben de boeken van het Britse schrijversduo Nicci French de Nederlandse lezers veroverd. Hun bereidheid om voor de 14de Maand van het Spannende Boek het geschenkboekje te schrijven, stond dan ook garant voor een topMaand. De boekhandel bestelde van hun novelle *Verlies*

maar liefst 430.000 exemplaren, dat was ruim 12% boven de oplage van een jaar eerder. Op 29 mei kwamen Nicci Gerrard en Sean French naar Nederland om in het Betty Asfaltcomplex in Amsterdam de thrillerspers te ontmoeten. Harry de Winter nam ze ter plekke een *Wintertijd*-interview af. Op 20 en 21 juni waren ze er opnieuw, nu om bij een aantal boekwinkels te signeren: lange

rijen en dranghekken. Direct na het begin van de Maand van het Spannende Boek sprong de verkoop van spannende boeken omhoog. De vrijwel gelijktijdige verschijning van de nieuwe Nicci French-thriller *De bewoonde wereld* (Anthos) had daar natuurlijk ook het nodige mee te maken. Sommige winkels waren half juni al

door hun geschenkboekjes heen. Na deze vliegende lancering zou *De bewoonde wereld* uitgroeien tot het best verkochte boek van 2002. Met 218.251 exemplaren boekhandelsverkoop werd het de aanvoerder van de CPNB Top-100 over 2002. Naast Nicci French stond de Maand van het Spannende Boek onder het motto *Zusters in het kwaad* in het teken van vrouwelijke misdaadauteurs. Hun aantal neemt toe.

Agatha Christie was er altijd al, nu zijn er ook Ruth Rendell, Elizabeth George, Minnette Walters, Donna Leon en Lydia Rood. Schrijven doet kennelijk lezen: als het om thrillers gaat, is het aandeel van vrouwelijke lezers aan het toenemen. Ramingen hielden het er op dat tijdens de actie-maand één op de vier

gekochte spannende boeken geschreven is door een vrouw. Boeken van Patricia Cornwell waren het meest in trek. Voor de bibliotheken werd een bladwijzer met naamindruk ontwikkeld. Er kon een speciale Maand van het Spannende Boek-vlag gemaakt worden, waarvan alle boekwinkels en bibliotheken een exemplaar ontvingen. Nog meer? Er waren doordrukken beschikbaar van de speciale bijlage van

De Telegraaf. Er was een radiospot. En de coverfoto van *Verlies* bracht het tot Boomerang-kaart: 240.000 meeneem-kaarten verspreid over horecagelegenheden door het hele land.

Kinderboekenweek Ay ay kapitein!



De Kinderboekenweek van 2002 was de tweede waarin de openbare bibliotheken als gelijkwaardige partner participeerden. Op verzoek van de bibliotheken voorzag de CPNB al in de loop van mei de website www.kinderboekenweek.nl van suggesties hoe om te gaan met het thema *Ay ay kapitein!* Bovendien slaagde het bureau er in de tientallen items Kinderboekenweek-materialen een maand

eerder te distribueren dan voorheen. Boekverkopers keken op het thema *Ay Ay kapitein!* Boeken over boten terug als een van de beste thema's in jaren. Het was 'concreet, geschikt voor zowel fictie als non-fictie, bood veel mogelijkheden voor activiteiten en de uitgevers hebben er uitstekend op ingespeeld.' 'Bijna niet te overtreffen', zei Elise Knuttel van

Kinder- en jeugdboekwinkel De Giraf in Dordrecht. Toch was het in sommige boekwinkels rustiger dan voorgaande jaren. Een eenduidige verklaring is er niet. Volgens sommigen begon de economische recessie door te werken. Rindert Kromhout schreef het Kinderboekenweekgeschenk, *Boris en het woeste water*. 'Een echt Rindert Kromhout-boek', volgens Annette Schaafsma van Boekhandel Muis en Mutte in Culem-

borg. 'Het boekje is zo vlot en vol humor geschreven dat het toegankelijk is. En dit is toch de bedoeling van een geschenk, dat je er veel plezier aan beleeft.' Kromhout had er geen moeite mee om zich voor de opnames van de Sterspot over de Kinderboekenweek ettelijke malen nat te laten gooien. Het prentenboekje werd getekend door

Rotraut Susanne Berner en heette *Dag hoed!* Bijzonder: Berner tekende een prentenboekje zonder tekst. Het was aan ouders en andere voorlezers om zelf een verhaaltje te vertellen over de avonturen van een weggewaaid hoed. Bij wijze van extraatje was het mogelijk om alle basisscholen, boekwinkels en openbare bibliotheken die aan de Kinderboekenweek meededen een cadeautje te geven. En wel de cd *Zoet- & zoutwaterliedjes*, waarop een bloemlezing van 23 liedjes over

boten te horen was. Van Berend Botje tot Ketelbinkie. Van VOF de Kunst tot Jeroen Zijlstra. Om te draaien als achtergrondmuziek. Om luidkeels mee te zingen. Of om te gebruiken bij een les of een project. Vooral met het oog op het laatste werd de cd ook voorzien van een aantal maritieme geluiden, zoals van piepende dollen, klapperende zeilen en een loeiende misthoorn. Op 29 september

presenteerde Philip Freriks de uitreiking van de Griffels en Penselen in het Passenger Terminal voor cruiseschepen in de Amsterdamse haven. Bestuurslid Greetje van Gemert reikte de zilveren prijzen uit. Pas geland uit Praag haastte de nieuw benoemde staatssecretaris Cees van Leeuwen zich de Gouden Griffel uit te reiken aan Peter van Gestel en het Gouden Penseel aan Willemin Min. Daartoe uitgelokt door Philip



GERLINDE DE GEUS

Freriks, verklaarde hij de kans aanwezig te achten dat de vaste boekenprijs na 2005 blijft bestaan. Het openingsfeest kwam dit jaar uit Rotterdam. Op 2 oktober maakten enkele honderden kinderen een rondvaart door de Rotterdamse haven, alwaar zij door het Havenbedrijf een vlootshow voorgeschied kregen compleet met brandblusdemonstratie. Daarna was er een bijeenkomst in de Kunsthal. Deze viel samen met de opening van *Wonderland*, de grote expositie

waarin de Koninklijke Bibliotheek de ontwikkeling van het Nederlandse kinderboek presenteerde, van Pietje Bell tot Harry Potter. Premier Balkenende ('zoveel lijkt ik nu toch ook weer niet op Pietje Bell') verrichte deze opening met een korte speech waarin hij de lof zong van het kinderboek en het voorlezen.

Who is who bij de CPNB?

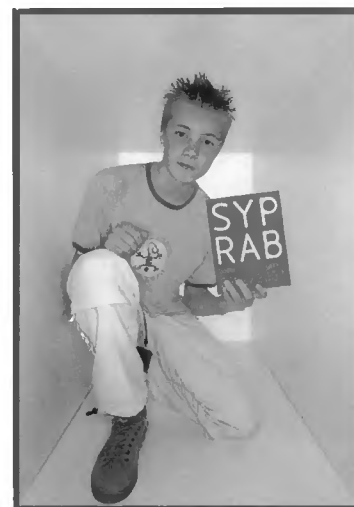
De formatie van het CPNB-bureau liep in de loop van het jaar op van 16,2 naar 17,2 arbeidsplaatsen. De feitelijke sterkte is steeds daaronder gebleven. Tijdelijke arbeidskrachten ving de knelpunten in het werk op.

In de loop van het jaar werd de bezetting versterkt met Wietske Beenen, Anja Duitsmann en Sandra Wouters. Liesbeth van Dijk, Mariëlle van Gaalen, Arnout Geus, Saskia de Graaff en Ine Raangs verlieten het bureau. Tijdelijke dienstverbanden voor tal van projecten werden vervuld door Esther Beijck, Regine Geleijns, Sarah van Gent, Otto Geukers, Claudia Jong, Frank Klijn, Renate Louw, Emilie Nord, Sanderine van Rlessen en Saskia van Rijn.

Op de overgang van 2002 naar 2003 zag de bezetting van het bureau er als volgt uit (in alfabetische volgorde):

Wietske Beenen, directie-assistent
Jantine Crezée, medewerker kinder- en jeugdboek
Henk van der Does, algemeen medewerker (16 uur)
Anja Duitsmann, telefoniste/receptioniste (24 uur)
Frank van Eunen, projectcoördinator kinder- en jeugdboek
Roelien Heldt, systeembeheer, webredacteur (16 uur)
Vanessa van Hofwegen, projectcoördinator boeken voor volwassenen
Henk Kraima, directeur
Paul Mosterd, adjunct-directeur
Marja Smits, projectcoördinator boeken voor volwassenen
Franka Steekenburg, financiële administratie
Mignon Roeleveld-Visser, orderadministratie (20 uur)
Agnes Vogt, projectcoördinator kinder- en jeugdboek
Sandra Wouters, medewerker boeken voor volwassenen
Ineke Wüst, klantenservice (22 uur)
Victor Zwaan, medewerker kinder- en jeugdboek

S.Y.P.R.A.B.



An het begin van het schooljaar verscheen de nieuwe editie van de jeugdboekengids S.Y.P.R.A.B. Leerlingen van de Open Scholengemeenschap Bijlmer in Amsterdam presenteerden er hun favoriete boeken. 'Carry Slee weet wat ik voel', zei Soraya Persad, maar Dennon van Rossum hield het op 'eerst voetballen, dan lezen'. Boeken die mee konden doen voor de Jonge Jury 2003 werden gemarkeerd. Van de

140.000 exemplaren van de gids werden er 68.000 via Bulkboek verspreid naar scholen voor voortgezet onderwijs en bibliotheken.

Kinderboekenweek Ay ay Zeeman!



Oplage 156.000



Oplage 365.000



Het meest bijzondere aan deze Kinderboekenweek was zonder twijfel de samenwerking met Zeeman textielSupers. Deze winkelketen greep zijn 35-jarig bestaan aan als aanleiding voor een actie om het lezen te bevorderen. Het bood de boekenbranche een uitgezochte kans om een deel van het publiek te benaderen dat weinig tot nooit in een boekwinkel komt. Tijdens de Kinderboekenweek bood Zeeman alle leerlingen

van de basisschool een *Ay ay kapitein!*-t-shirt aan voor het symbolische bedrag van € 1,49. De basisscholen konden daar vanaf mei op intekenen. Ook wijdde Zeeman een speciale editie van zijn reclamekrant geheel aan het voorlezen aan kinderen in de voorschoolse leeftijd. Compleet met kortingsbonnen van elk twee euro op zes prentenboeken en een bon waarmee volwassenen een gratis proefabonnement op de bibliotheek konden krijgen wanneer zij een kind aanmeldden.

Zo werd de Zeeman-actie een sprekend praktijkvoorbeeld van de CPNB-nieuwe-stijl: dragende rollen voor uitgeverij, boekwinkel én bibliotheek. De krant bevatte naast Nederlandse ook Marokkaans-Arabisch en Turkse tekst en werd verspreid via alle 397 Zeemanwinkels. Oplage: een miljoen exemplaren. Net als bij de Boekenweek was het nu ook tijd om een weggevertje speciaal voor de bibliotheken te ontwikkelen. Het werd de KinderboekenweekQuiz, een geniete brochure met

elf vragen over 'beroemde boten en hun kapiteins'. Waarbij iedere beroemde boot gelijkstond aan een beroemd boek. 'Trek een boek van de plank met een stoere boot op de kaft, hou je vast en je bent al buitengaats!' Het aantal lespakketten dat het basisonderwijs afneemt, kruipt nog steeds langzaam omhoog. Dit jaar waren het er 14.350. NS deed in elk lespakket 35 Railrunnerkaartjes. Sta er even bij stil: dat is een cadeau van meer dan 450.000 gratis treinkaartjes. Geldig tot en met de

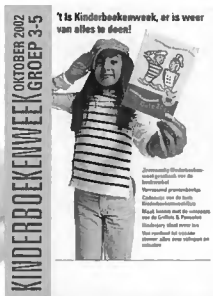
herfstvakantie. Elk Railrunner-enveloppe bevatte een kleurige kaart van Nederland waarop maritieme bestemmingen te vinden waren. Bij wijze van smaakmaker voor een gratis trip met de trein. Deze geste stond los van de mogelijkheid voor kinderen om tijdens de Kinderboekenweek gratis te reizen op vertoon van een Kinderboekenweekgeschenk ('een treinkaartje van 96 pagina's'). De brochure met lessuggesties voor

het basisonderwijs werd op nieuwe leest geschoeid. Drukker Koninklijke Wöhrmann te Zutphen verleende steun bij de productie. Alle kinderdagverblijven en peuterspeelzalen werden weer voorzien van een Voorleespakket, 7.000 stuks in totaal. Dit pakket bevatte een voucher die bij de boekwinkel recht gaf op een gratis tweede exemplaar van *Dag hoed!* Het eerste exemplaar was aangeboden door Em. Querido's Uitgeverij. En dankzij Kids for Animals was het weer mogelijk om naar

alle leerlingen van de groepen 3 tot en met 8 een beknopte Kinderboekenkrant te verspreiden. Op televisie kwam de Kinderboekenweek frequent aan de orde. Niet alleen via de Sterspots met een druipnatte Rindert Kromhout. Maar vooral ook via de waaier aan programma's die in het jeugdblok Z@ppelin de lucht ingingen. Alleen al Klokhuis kwam met drie specials, over Rindert Kromhout, Jacques Vriens en de V.O.C.



Oplage 120.700



Oplage 560.000



Oplage 223.700



Oplage 542.500



Oplage 14.350



Oplage 265.500

Verkooplijst Bestsellers om mee te nemen



Al vele jaren valt binnen de boekenbranche periodiek de roep te vernemen om een nationale boekenhitparade. Of om een weggeefblaadje met verkooplijsten voor de boekhandel. Nooit gedacht en nu misschien toch gekregen? In 2002 heeft de CPNB de ontwikkeling van zo'n medium serieus ter hand genomen. Op 7 november verscheen het nulnummer van *De Bestseller 60*, acht

kleurige pagina's op dun papier, boordevol boekenlijstjes, en met de nodige afbeeldingen van boekcovers. Bedoeld om reacties van vakgenoten uit te lokken en de interesse van sponsors en adverteerders te peilen. Ruggengraat van het blad is elke week de *Bestseller 60*, een lijst van de zestig best verkochte boeken van de vorige week. De gegevens van Boekmonitor van de KVB leveren daarvoor de basis, zodat de boekenbranche voor het eerst met een branchebrede, gezaghebbende wekelijkse verkooplijst naar bui-

ten kan komen. Elke donderdag moeten dan de verkoopstanden van de vorige week in de winkel beschikbaar zijn. De redactionele formule van het blad wil het publiek steeds op de breedte en rijkdom van het boekhandelsassortiment wijzen. Een mix van terugkerende en variërende lijstjes mikt erop de klanten te binden en

ze nieuwsgierig te houden. Volgens een enquête die Boekblad ijlings op touw zette, heeft een gedrukte folder als vehikel voor een landelijke bestsellerlijst de beste kansen. Dat vond althans 70% van de stemmers. Een poster ophangen in de winkel sprak 21% aan, terwijl 9% de *Bestseller 60* graag op internet ziet. De voorbereidingen gaan verder. Het eerste nummer van *De Bestseller 60*: 30 januari 2003.

NS Publieksprijs Maria Zachea de lieveling van het publiek

Essay-auteur Büch dood



Voor de NS Publieksprijs voor het Nederlandse Boek kreeg het publiek de keuze uit zes genomineerden. Dat waren *Een vuurplaats in steen* van Jean M. Auel (A.W. Bruna), *De bewoonde wereld* van Nicci French (Anthos), *De puinhopen van acht jaar paars* van Pim Fortuyn (Karakter), *Het zwijgen van Maria Zachea* van Judith Koelemeijer (Plataan), *De ontdekking van de hemel* van Harry Mulisch (De

Bezige Bij) en *The Lord of the Rings. De reisgenoten* van J.R.R. Tolkien (Uitgeverij M). Niet allemaal splinternieuwe boeken ditmaal. Maar onontkoombaar was dat ook Mulisch en Tolkien in het kielzog van geslaagde verfilmingen het afgelopen jaar wederom een groot lezerspubliek hadden bereikt. Voor het eerst werden de actiepakketten voor de NS Publieksprijs niet aangeboden, maar kosteloos over boekwinkels en bibliotheken verspreid. Het maandblad Rails wijdde een speciaal

katern in roddelbladstijl aan de genomineerden ('Vanessa leerde Pim Fortuyn lezen'), waarvan een overdruk in de actiepakketten werd meegenomen. Stemmen kon tussen 14 en 26 oktober. Tijdens de stemperiode verzorgde NS radiocommercials van 25 seconden op vier commerciële zenders. Op 31 oktober vond in theater Klein Bellevue in Amsterdam de prijsuitreiking

plaats. Net als vorig jaar verzorgde Matthijs van Nieuwkerk de presentatie. Als winnaar stapte Judith Koelemeijer uit de coulissen, hoogzwanger – een nieuwtje dat aan het roddelkatern van de Rails voorbij was gegaan. Voor Koelemeijer was er de prijs van € 6.807 en een beeld van Jeroen Henne-man. Voor haar uitgever Plataan was er een forse additionele omzet, aangejaagd door een maand lang extra boekhandelskorting en door winnaarstickers van de

CPNB op de boeken. Een half jaar later zou Het zwijgen van Maria Zachea de winnaar worden van het Gouden Ezelsoor 2003, de prijs voor het best verkochte debuut. Wat het aantal uitgebrachte stemmen betreft, is er sprake van een dalende tendens. Er werden 21.636 stemmen uitgebracht, zo'n 15% minder als vorig jaar. Het bureau blijft zoeken naar de juiste balans tussen het aantal stemmen en de inspanning die daarvoor geleverd moet worden.

Op 23 november overleed geheel onverwacht Boudevijn Büch, markant auteur en groot propagandist voor boeken. Hij was een van de vier auteurs die door de CPNB uitgenodigd waren om voor de Boekenweek 2003 een essay over de dood te schrijven. Het manuscript daarvoor, *Zingende botten* getiteld, had hij al eind augustus ingeleverd.

Na overleg met de zaakwaarnemer van Büch en zijn uitgever De Arbeiderspers viel het besluit om het essay volgens plan uit te brengen.

Cadeaucampagne

Een zwerm radiospots



De markt van cadeau-artikelen is vele malen groter dan die van het boek. Om op die enorme markt een klein beetje meer aandeel te veroveren, is een forse inspanning nodig.

In de afgelopen jaren coördineerde de CPNB aan het einde van het jaar enkele malen collectieve advertenties. Steeds bleek het lastig daarvoor voldoende medewerking van de

uitgevers te verkrijgen. In 2002 werd daarom naar een ander middel gegrepen: radioreclame. Gefinancierd door het Fonds Boekpromotie, kon de CPNB voor het eerst een budget voor het boek als cadeau-artikel inzetten dat de kwalificatie 'forse inspanning' verdient. Van 16 november tot 5 december waren vijftien verschillende radiospots te horen. Ze werden in totaal maar liefst 1.345 maal uitgezonden, verdeeld over Radio 1, 2 en 3, Sky Radio,

Classic FM, City FM en Business News Radio. Zeven uur en drie kwartier zendtijd: het bracht de CPNB hoog op de lijst van de grote adverteerders in het reclamevakblad Adformatie. In de spots vertelden fictieve boekhandelsklanten waarom en voor wie ze een bepaald boek

hadden gekocht. Boekverkopers en uitgevers kregen het uitzendschema toegezonden, aangevuld met twee affiches en een cd met daarop de vijftien spots. Rutger van der Velde van Boekhandel Van der Velde in Leeuwarden noemde tegenover Boekblad de spots 'een geweldig initiatief'. 'Het is goed dat ze zo breed zijn, dat ze in allerlei steden spelen. De sfeer is dat het gezellig is om

een boek te krijgen. Ik heb er alle vertrouwen in.' Stein Spijkerman van Boekhandel Spijkerman in Eindhoven had reserves. 'Een goed boekenprogramma op tv is veel beter dat dit soort reclame. Of zo'n Martin Ros op de radio, dát merk je hier in de winkel.' Maar Hans Manschot van Boekhandel Manschot in Nieuwe-

gein vond de spots uitstekend. 'Wat me vooral trof was dat het zo aansluit bij wat ik zelf altijd ervaar, namelijk dat mensen geen idee hebben wat er allemaal in een boekhandel is op bijvoorbeeld hobbygebied. Ze denken alleen aan literatuur, terwijl er zoveel non-fictie is.' Het blijft lastig vast te stellen wat oorzaak is en wat gevolg. Zeker is dat de boekhandel een goede cadeaupe-

riode had. Boekblad rapporteerde dat de aankoopbedragen groter waren dan vorig jaar en dat de mensen breder uit het assortiment kochten. Vooral na de Kerst was de verkoop opvallend. Doordat Kerst en Nieuwjaar midden in de week vielen, was de vakantieperiode als geheel ongekend succesvol.

NS Terugkerende advertenties



Tekst:
Just Enschedé,
Amsterdam
Fotografie:
Robert Elsing
Ontwerp:
Jaap van der Zwan,
Amsterdam
Druk:
Zwaan Printmedia,
Wormerveer

Stichting CPNB,
Keizersgracht 391,
1016 EJ Amsterdam
Postbus 10576,
1001 EN Amsterdam
t (020) 626 49 71,
f (020) 623 16 96
info@cpnb.nl
www.cpnbnl

Bij elke CPNB-campagne past een advertentie van sponsor NS. Met de klok mee: uit VN's Detective- en Thrillergids, de reismanak WEG, de Kinderboekenmolen en het Boekenweek-magazine *Olla Vogala*.