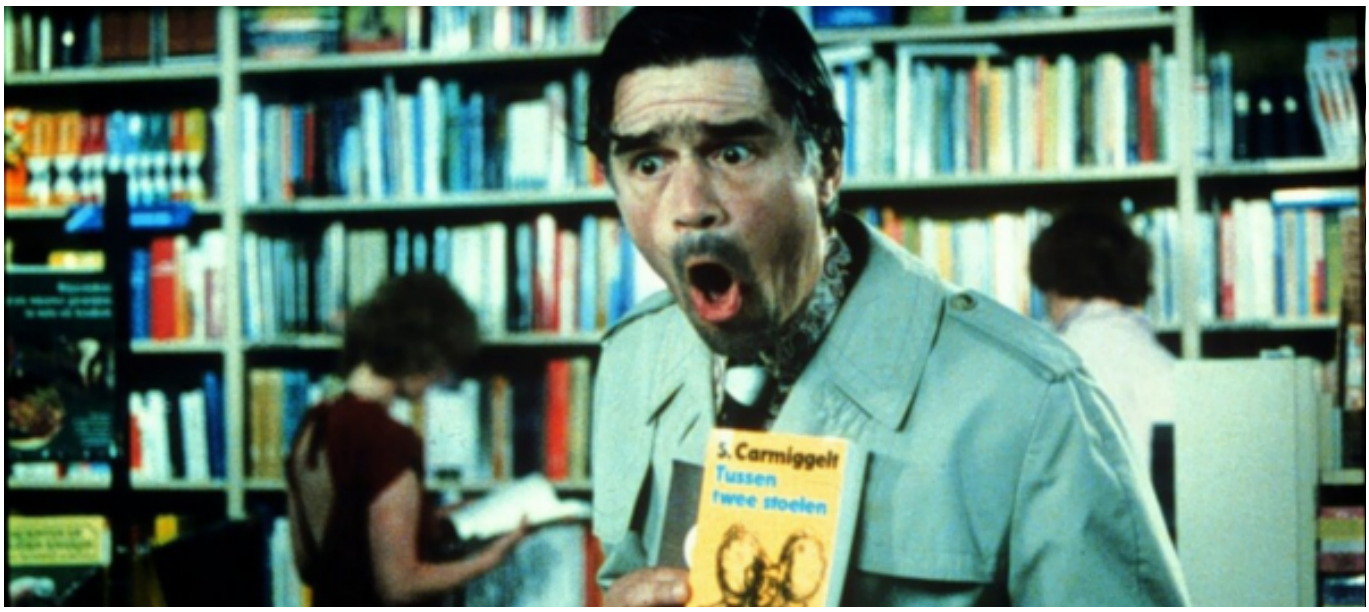


Waarom de Boekenweek het raarste feestje van het jaar is

Posted on 4 maart 2025 by Roelof Bouwman

Op woensdag 12 maart is het zover: dan begint de negentigste editie van de Boekenweek. Bij aankoop van boeken ter waarde van ten minste 15 euro is er het traditionele Boekenweekgeschenk, ditmaal *De krater* van Gerwin van der Werf. Ook heeft de Boekenweek gewoontegetrouw een thema, met natuurlijk een wervend bedoelde uitleg van de organisatoren.

'In een boek kun je op reis gaan, andere werelden ontdekken,' zo heet het. 'Maar in taal kun je juist ook thuiskomen. Als woorden vertrouwd en echt voelen, als personages praten zoals jij: dan is taal je moerstaal. Dat is dan ook het thema van de negentigste Boekenweek. Je moerstaal kán de taal zijn van je moeder. Maar dat hoeft niet. Voor veel auteurs en lezers is Nederlands niet hun eerste taal, maar wél hun moerstaal. Plat of kak, straattaal of streektaal, dialect of ABN… Je moerstaal is de taal waarin je spreekt, schrijft, zingt, dicht, vloekt, juicht en liefhebt.'

Nauwelijks hogere omzetcijfers

Het klinkt allemaal heel vertrouwd, maar toch zijn er met de Boekenweek rare dingen aan de hand. Het is een evenement dat zich jaarlijks mag verheugen in enorm veel media-aandacht en met het Boekenweekgeschenk als steuntje in de rug exploderen dan – zou je denken – de omzetten van de boekwinkeliers.

Maar dat valt in werkelijkheid nogal tegen. De totale omzet in de boekenbranche ligt tijdens de Boekenweek doorgaans slechts zo'n 15 à 20 procent hoger dan gebruikelijk in de eerste helft van het jaar. Een echte uitschieter kun je het nauwelijks noemen en vergeleken met de omzetcijfers in de weken voorafgaand aan pakjesavond en de kerstdagen valt de Boekenweek zelfs helemaal in het niet. De totale boekenomzet bedroeg vorig jaar 685 miljoen euro, waarvan hooguit 5 miljoen euro kon worden toegeschreven aan extra omzet tijdens de Boekenweek.

Boekhandelaars hoor je vaak fluisteren dat de weinig attractieve Boekenweekgeschenken daar mede debet aan zijn. En inderdaad: er wordt de laatste jaren nogal eens gekozen voor auteurs zonder status als publiekstrekker. Denk aan Hanna Bervoets (2021), Lize Spit (2023) en de al genoemde Gerwin van der Werf. Terwijl er toch echt tijden waren dat Boekenweekgeschenken werden geschreven door literaire reuzen als Hugo Claus (1989), Cees Nooteboom (1991), Willem Frederik Hermans (1993), Harry Mulisch (2000) en Jan Wolkers (2005).

Behalve een jaarlijkse promotieweek die na negentig jaar veel commerciële impact lijkt te hebben verloren, kent het boekenvak nog diverse andere eigenaardigheden.

Neem de Wet op de vaste boekenprijs. Dankzij deze wet hebben Nederlandse boeken overal dezelfde, door de uitgever vastgestelde verkoopprijs. Verticale prijsbinding dus, die in vrijwel geen enkele bedrijfstak is toegestaan. 'Daardoor hoeven boekhandels niet te concurreren op prijs en kunnen zij ook minder winstgevende boeken aanbieden. Dit bevordert een brede beschikbaarheid en een divers aanbod van boeken,' zo luidt de officiële argumentatie van de rijksoverheid.

De doorsnee lezer komt in het verhaal niet voor. Die betaalt dankzij de Wet op de vaste verkoopprijs mee aan onrendabele boeken waarvoor geen of nauwelijks publiek bestaat. Waarom zou dat eigenlijk moeten? En hoe actueel zijn in 2025 nog de zorgen over een 'divers aanbod van boeken'? Hebben auteurs tegenwoordig niet tal van mogelijkheden om – buiten het uitgeverscircuit om – zelf boeken te

publiceren, bijvoorbeeld via internet, in eigen beheer, als e-book of door *printing on demand*?

Grote handelsmarges

Nog een eigenaardigheid van het boekenvak: de enorme boekhandelskorting. Dat is de korting die een boekhandel krijgt op de inkoop van boeken. Bij algemene boeken – zo'n beetje alle titels, studieboeken en wetenschappelijke boeken uitgezonderd – bedraagt die korting doorgaans 42 procent op de verkoopprijs exclusief btw. Zulke handelsmarges zijn buiten de boekenbranche hoogst ongebruikelijk. En dan is er voor boeken die onverkocht blijven vaak ook nog 'recht van retour', waardoor de winkeliers hun ondernemersrisico *de facto* bij de uitgever leggen.

Hoe gaat het ondertussen met de auteurs van al die boeken? Niet zo heel erg voorspoedig, zo bleek in 2019 uit een onderzoeksrapport van KVB Boekwerk, een kennisplatform voor de boekensector. Slechts 55 Nederlandse auteurs – literair of anderszins – verdienen een modaal inkomen met de royalty's op hun verkochte boeken. Nog eens 60 schrijvers zitten met hun royalty's tussen het minimumloon en modaal in.

Trouw vatte de uitkomsten van het rapport mooi samen: 'De overgrote meerderheid van de duizenden mensen die per jaar een boek uitbrengen, houdt aan die noeste arbeid hooguit een grijpstuiver over, of zelfs geen cent. Veruit de meesten hebben een bijbaan nodig.'

10 procent royalties

Hoe dat kan? Nederland is een klein land met een kleine boekenmarkt, daar begint het mee. Maar er is ook nog een andere factor. Conform modelcontracten die in de uitgeverswereld worden gebruikt, ontvangen de meeste auteurs een royalty van slechts 10 procent van de verkoopprijs van hun boek exclusief btw. Bij hoge oplages kan dat percentage oplopen tot boven de 15 procent, maar dan moeten er doorgaans wel eerst 100.000 boeken worden verkocht. Voor de volledigheid: in 2024 lukte dat in Nederland bij slechts twee titels: *De Camino* van Anya Niewierra (168.000 verkochte exemplaren) en *Al het blauw van de hemel* van Mélissa Da Costa (122.000).

Miljonairs moeten we in boekenland vooral zoeken onder de grote uitgevers. Zij

zitten er vaak warmpjes bij. Tot ver in de twintigste eeuw waren het dikwijls familiebedrijven, tegenwoordig zetten uitgeversgroepen de toon. Marktleider is Veen Bosch & Keuning, met 280 medewerkers, een jaarlijkse productie van circa 1500 titels en imprints als Ambo/Anthos, Atlas Contact, Van Dale, De Fontein, Houtekiet en Luitingh-Sijthoff. Vorig jaar werd het concern overgenomen door de Amerikaanse gigant Simon & Schuster. Ook illustere uitgevers als Mai Spijkers (Prometheus), Joost Nijsen (Podium), Geurt Gaarlandt (Balans) en Sander Knol (Xander) werden schatrijk met hun boekenimperia.

There's no business like show business? Dat zeggen alleen mensen die de Nederlandse boekenbusiness niet kennen.

Roelof Bouwman *is columnist en adjunct-hoofdredacteur van Wynia's Week. Hij schrijft over politiek, geschiedenis en media.*

Wynia's Week *verschijnt drie keer per week,* ***156 keer per jaar*** *met even onafhankelijke als broodnodige artikelen en columns, video's en podcasts. U maakt dat samen met de andere donateurs mogelijk. Doet u weer mee,* ***ook in 2025****? Hartelijk dank!*