

Inhoud

- 7 **o Gedeelde winst**
 Pierre Delsaerdt
- 13 **1 Het boekenvak: een keten van auteur tot consument**
 Geert Joris
- 29 **2 De positie van de auteur**
 Carlo Van Baelen
- 43 **3 Het auteursrecht in twintig vragen**
 Kurt Van Damme & Hanne Jespers
- 65 **4 De educatieve, wetenschappelijke en professioneel-informatieve uitgeverij**
 Tim Seynaeve
- 81 **5 Uitgeven in het donker: de algemene uitgeverij**
 Johan de Koning
- 95 **6 De boekhandel: een bedrijfseconomische benadering**
 Guido De Smet
- 111 **7 Het genot van een eigen zaak: de onafhankelijke boekhandel**
 Yvonne Steinberger
- 125 **8 Boekenbank: informatie- en bestelplatform van het Vlaamse boekenvak**
 Annika Buysse
- 143 **9 Collectieve promotie van boeken in Vlaanderen**
 Geertrui Schoeters
- 159 **10 Een Stichting Lezen voor Vlaanderen: een pad met mooie vergezichten**
 Majo de Saedeleer
- 175 **11 Welke toekomst voor het boek?**
 Jef Maes
- 197 **Referenties**
- 203 **Over de auteurs**

Gedeelde **winst**

IN HET JAAR 1473 PUBLICEERDE DIRK MARTENS SAMEN MET de Duitser Jan van Westfalen het eerste gedrukte boek in ons land. Voor het eerst werd hier een uitgever verplicht om na te denken over de commercialisering van zijn productie. De drukpers maakte een oplage van enkele honderden exemplaren mogelijk. Het kwam er nu op aan om daar kopers voor te vinden. Een halve eeuw later kwam Martens hierop terug in zijn inleiding bij een werk van Erasmus:

'Een auteur', zo schreef hij, 'zoekt enkel dankbare lezers; ik zoek uitsluitend kopers. (...) Anderen worden rijk door slechte boeken te drukken; ik geef er alleen goede uit maar slaag er ondanks mijn zuinigheid amper in om mijn gezin te voeden. Toch verlaat niets mijn uitgeverij dat de koper minder winst brengt dan de verkoper. Koop dus, en we zullen er beiden baat bij hebben.'

Openhartig en zelfbewust – zo was Dirk Martens.

Vijfhonderd jaar later zijn zijn woorden nog steeds relevant. Auteurs willen hun geschriften bij een zo breed mogelijk lezerspubliek kenbaar maken. Uitgevers en boekhandelaars (in Martens' tijd ging het meestal om één gecombineerd beroep) ondersteunen deze intentie door zo veel mogelijk kopers voor hun product te winnen. Ze doen dat volgens een onverholven commerciële logica. Hoe groter het aantal verkochte boeken, hoe beter de bedrijfsresultaten. Met de winst worden 'gezinnen gevoed' en worden nieuwe projecten mogelijk gemaakt. De dynamiek die zo op gang wordt gebracht resulteert in

commercieel succes. Als dit gepaard gaat met hoge kwaliteitseisen – op het vlak van selectie, redactie, vormgeving, verspreiding, promotie en verkoop – is het uiteindelijk de lezer die uit het hele proces de meeste winst haalt.

Wie op basis van zijn leeservaringen belangstelling heeft voor het boekenvak, kan zich amper een voorstelling maken van wat het betekent om beroepsmatig bezig te zijn met de productie en de distributie van boeken. Jonge afgestudeerden die dromen van een loopbaan in de uitgeverij of de boekhandel – het zijn er veel – kleuren dit perspectief vaak romantisch in: wat is er mooier dan met gevierde auteurs om te gaan, de eindredactie van succesvolle romans op zich te nemen, boeken in grote stapels aan te prijzen op de Boekenbeurs of ze in een gezellig ingerichte boekhandel aan fijnproevers aan te bevelen? Ook professionals die buiten de eigenlijke boekensector intensief met boeken omgaan, zoals bibliothecarissen, leraren, journalisten, recensenten of onderzoekers, hebben zelden een adequaat beeld van het boekenvak en houden er weinig rekening mee in hun eigen activiteiten. Bovendien is het boekenvak zelf een huis met vele kamers, en soms lijken er tussen die kamers stevige schotten opgesteld te staan. Wie dagelijks literaire manuscripten beoordeelt, is niet altijd op de hoogte van hoe het er in de educatieve uitgeverij aan toegaat. Een boekhandelaar kan zelden inschatten welke afspraken uitgevers contractueel hebben vastgelegd met hun auteurs. De rekenmodellen van de verschillende spelers kunnen onderling sterk afwijken, net zoals de wijzen waarop ze de markt aanspreken en in kaart trachten te brengen. Een synthetisch opgevatte introductie tot het brede boekenvak kan het bewustzijn van al deze categorieën van lezers bevorderen.

Dit boek is voor zover bekend het eerste in zijn soort – althans voor wat het Nederlandse taalgebied betreft. Het komt voort uit een lessenreeks die Boek.be, de koepelorganisatie voor het boekenvak in Vlaanderen, nu al enkele jaren opzet samen met de opleiding Informatie- en Bibliotheekwetenschap van de Universiteit Antwerpen. De lessen worden gegeven door mensen die met beide voeten in de beroepspraktijk staan en hun ervaringen willen delen met de professionals van morgen. Voor toekomstige stafmedewerkers in bibliotheken en andere informatie-intensieve organisaties is het essentieel om een inzicht te verwerven in de mechanismen die een rol spelen bij het uitgeven en verhandelen van boeken, of het nu om papieren boeken of hun digitale tegenhangers gaat. Maar de ambitie van de lessenreeks gaat verder: de gastcolleges worden ook intensief gevolgd

door mensen die in het boekenvak werken of er aan de slag willen gaan. Anders dan in vele ons omringende landen bestaat er in Vlaanderen vooralsnog geen hogere opleiding voor de uitgeverij en boekhandel. De lessenreeks, en dit boek dat eruit gegroeid is, zetten een eerste stap in die richting.

Als rode draad door het geheel loopt de zogenaamde waardeketen van het boek, een begrip uit de bedrijfskunde. Het geeft aan dat de boekensector te beschouwen is als een aaneenschakeling van verschillende strategische spelers, die bij de totstandkoming van het eindproduct 'boek' telkens een meerwaarde moeten realiseren als ze hun plaats in de keten willen handhaven. Die plaats is nooit definitief verworven, en wanneer de sector wordt geconfronteerd met ingrijpende veranderingen, wordt elke speler uitgedaagd om zichzelf opnieuw te definiëren. Want in zo'n context van verandering zal ieders meerwaarde in vraag worden gesteld door de andere schakels in de keten, of door nieuwe spelers in het veld. Het model van de waardeketen is aantrekkelijk omdat het intuïtief goed te begrijpen is. Bovendien sluit het mooi aan bij een model dat gangbaar is in de boekwetenschap: het zogenaamde communicatiecircuit, dat in de jaren 1980 ontwikkeld werd door de Amerikaanse boekhistoricus Robert Darnton, en waarin het boek een kringvormig parcours aflegt van de auteur naar de lezer.

Geert Joris opent de bundel met een breed overzicht van de keten en van de wijze waarop alle schakels vandaag worden uitgedaagd door ontwikkelingen van maatschappelijke en technologische aard. Zijn tekst wordt gevolgd door zes hoofdstukken die dieper ingaan op de centrale spelers: de auteurs, de uitgevers en de boekhandelaars. Carlo Van Baelen brengt een uiteenzetting over de vele facetten van het auteurschap, waarna Kurt Van Damme en Hanne Jespers dieper ingaan op de juridische aspecten ervan. Hét uitgeversvak bestaat niet: de verschillen tussen de algemene uitgeverij voor fictie en non-fictie en de educatieve, wetenschappelijke en professioneel-informatieve uitgeverij zijn zo groot dat ervoor gekozen is om er aparte hoofdstukken aan te wijden. Het zogenaamde S- en W-boek wordt behandeld door Tim Seynaeve, terwijl Johan de Koning de algemene uitgeverij beschrijft. Daarop volgen twee hoofdstukken waarin duidelijk wordt hoe complex de boekhandel is en wat er allemaal komt kijken bij het opzetten van een boekwinkel. Guido De Smet doet dit vanuit een uitgesproken bedrijfseconomisch perspectief, met aandacht voor de verschillende vormen die de retail kan aannemen. Yvonne Steinberger plaatst de focus op de onafhankelijke boekhandel – versta: de boek-

handelaar die buiten de greep van boekhandelsketens wil blijven om zijn klanten een breed en eigenzinnig assortiment aan te bieden. De drie hoofdstukken die daarop aansluiten schenken aandacht aan enkele andere partijen die hun plaats in de waardeketen duidelijk verworven hebben. Annika Buysse en Geertrui Schoeters stellen twee activiteiten voor die tot de kerntaken van Boek.be worden gerekend: het ontwikkelen van een digitaal platform voor online bestellingen door de boekhandel (*Boekenbank*, dat inmiddels uitgegroeid is tot Meta4Books en veel meer geworden is dan de oorspronkelijke b2b-applicatie) en het opzetten van grootschalige promotieacties, waarvan de jaarlijkse Boekenbeurs voor Vlaanderen de voornaamste, maar zeker niet de enige is. Dat niet alleen de koper maar ook de lezer van boeken tot de waardeketen van het boek moet worden gerekend, verklaart waarom ook aan het thema leesbevordering een apart hoofdstuk gewijd is. Majo de Saedeleer geeft er een overzicht van de vele initiatieven die dit mooie streven in Vlaanderen gestalte geven.

Een tweede, meer onderhuidse rode draad door het boek is het thema van de digitalisering. De meningen over de reële impact ervan lopen uiteen, en over de aanstaande verdwijning van het papieren boek worden niet altijd even verstandige uitspraken gedaan. Duidelijk is wél dat het fenomeen van het e-boek definitief is doorgebroken, ook op de Vlaamse markt, en dat we aan het begin staan van een kleine revolutie, die de oude businessmodellen, het lezen in en het leren met boeken niet onaangeroerd zal laten. In het laatste hoofdstuk gaat Jef Maes met de nodige zin voor nuance en met grote kennis van zaken op de kwestie in.

Het beeld dat uit de lectuur van dit boek zal komen bovendien, is onvolledig. De lezer krijgt bijvoorbeeld geen encyclopedisch overzicht van alle bedrijven die vandaag het Vlaamse boekenvak vormen. Daarvoor kunnen we gelukkig verwijzen naar de aangekondigde heruitgave van Ludo Simons' *Geschiedenis van de uitgeverij in Vlaanderen*, een pioniersstudie, ook 25 jaar na de eerste editie, over heden en verleden van de uitgeverij, met een geactualiseerd verhaal over alle spelers, groot en klein. Maar in déze bundel dus geen overzicht van bedrijven die samengaan en dan weer scheiden, geen opsomming van fusies en faillissementen, geen portretten van figuren die het Vlaamse boekenvak gemaakt hebben tot wat het nu is.

Verder is dit boek ook slechts een momentopname van een sector die meer dan ooit in beweging is. Oude zekerheden worden zonder omhaal in vraag gesteld. Nieuwe ontwikkelingen doen zich haast dagelijks voor, en het is onmogelijk om dat tempo te volgen met

behulp van een medium, het gedrukte boek, dat eeuwenlang gebruikt werd als antidotum tegen vluchtigheid. Met grote zekerheid kunnen we aankondigen dat het boekenvak over tien jaar sterk zal afwijken van de wijze waarop het in dit inleidend overzicht wordt voorgesteld. Maar met even grote stelligheid kan worden voorspeld dat auteurs, uitgevers en boekhandelaars – in welke vorm ook – dan nog steeds lezers voor zich zullen trachten te winnen. Verhoopt mag worden dat deze spelers zelf, aangemoedigd door een alerte overheid, de nodige aandacht zullen schenken aan een breed en kwalitatief aanbod dat niet onmogelijk wordt gemaakt door onderlinge wanverhoudingen of wilde prijzenslagen. Als dat het geval is, zullen we met Dirk Martens nog steeds kunnen zeggen dat niets de uitgeverij verlaat dat de lezers minder winst brengt dan de auteurs, de uitgevers en de boekhandelaars.

¶

Het citaat van Dirk Martens komt uit zijn woord aan de lezer in de uitgave van Erasmus' *Ratio seu Methodus compendio perveniendi ad veram theologiam*, Leuven, november 1518. (Na actief te zijn geweest in Aalst en Antwerpen had Martens zijn drukkersatelier in 1512 definitief in Leuven gevestigd.) De oorspronkelijke tekst, fraai uitgegeven en van een Franse vertaling voorzien in Renaud Adam en Alexandre Vanautgaerden, *Thierry Martens et la figure de l'imprimeur humaniste (une nouvelle biographie)*, Turnhout: Brepols, 2009, p. 184–185, luidt als volgt: 'Auctor nihil aliud quam gratum lectorem quaerit, ego emacem quaero. (...) Alii ditescunt malis libris excudendis, ego bonis edendis vix alo familiam, quamlibet abstemius. Et tamen nihil a me datur, quin ementi plus sit lucri quam vendenti. Eme igitur, et simul utriusque commodo consule.'