



Universiteit  
Utrecht

*‘Stel je een enorme zeef voor, vol boeken uit de hele wereld.  
Waar zitten je filters?’*

In gesprek met drie veldactoren over het acquireren van literaire fictie voor vertaling in Nederland

Sarah Hewitt

5989817

Scriptiebegeleider: Elbert Besaris

Tweede lezer: Laurens Ham

Master Literair Vertalen, Duits-Nederlands

Universiteit Utrecht

1 november 2024

# INHOUD

<b>DIENS EN DANK</b>	<b>2</b>
<b>TERMINOLOGIE</b>	<b>3</b>
<b>1. INLEIDING</b>	<b>6</b>
<b>2. THEORETISCH KADER</b>	<b>9</b>
<b>3. ONDERZOEKSVRAGEN EN HYPOTHESES</b>	<b>18</b>
<b>4. METHODE</b>	<b>21</b>
4.1 <i>Participanten</i>	21
4.2 <i>Structuur</i>	24
4.3 <i>Uitwerking</i>	26
<b>5. RESULTATEN</b>	<b>28</b>
5.1 <i>Analyse van de rangschikkingen</i>	28
5.2 <i>Analyse van de open vragen</i>	31
5.2.1 <i>Het huidige literaire veld</i>	31
5.2.2 <i>Redacteurs</i>	33
5.2.3 <i>Vertalers en agent</i>	39
5.3 <i>Analyse van de toelichting op de rangschikking</i>	42
5.3.1 <i>Zeer belangrijke factoren: aansluiting fonds, stijl, persoonlijke smaak en auteur</i>	42
5.3.2 <i>Overwegend belangrijke factoren: genre, vertrouwenspersoon, vertaalrechten, factsheet</i>	47
5.3.3 <i>Minder belangrijke factoren: professionele kritiek, brontaal en -cultuur, risico, prestige</i>	52
5.3.4 <i>Onbelangrijke factoren: thema, bestseller, vertaalsubsidie/vertaler, lekenkritiek</i>	55
5.4 <i>Verschillen tussen de onafhankelijke en de concernuitgeverij</i>	57
<b>6. DISCUSSIE EN CONCLUSIE</b>	<b>62</b>
6.1 <i>Antwoorden op de hoofdvraag en centrale hypothese</i>	62
6.1.1 <i>Vergelijking interview en rangschikkingen</i>	64
6.1.2 <i>Vergelijking redacteurs en vertrouwenspersonen</i>	69
6.2 <i>Overige bevindingen</i>	72
6.3 <i>Reflectie op de methode</i>	73
6.4 <i>Impulsen voor verder onderzoek</i>	76
<b>BIBLIOGRAFIE</b>	<b>78</b>
<b>BIJLAGE: INTERVIEWS (27.000 woorden)</b>	<b>81</b>
<i>INTERVIEW 1: Uitgeverij 1 (U1), Redacteur 1 (R1)</i>	81
<i>INTERVIEW 2: Uitgeverij 1 (U2), Redacteur 2 (R2)</i>	93
<i>INTERVIEW 3: Uitgeverij 3 (U3), Redacteur 3 (R3)</i>	100
<i>INTERVIEW 4: Uitgeverij 4 (U4), Redacteur 4 (R4)</i>	110
<i>INTERVIEW 5: Vertaler 1 (V1)</i>	120
<i>INTERVIEW 6: Vertaler 2 (V2)</i>	126
<i>INTERVIEW 7: Agent 1 (A1)</i>	135

## DIENS EN DANK

In mijn scriptie maak ik waar het kan gebruik van genderneutraal taalgebruik. In plaats van het generische masculinum (*hij*) om naar personen ongeacht hun gender te verwijzen, schrijf ik *die*, *hen* en *diens*. Dit heeft bovendien het voordeel dat het de geheime identiteit van de geïnterviewden bewaakt.

Ik had deze scriptie niet kunnen schrijven zonder de zeven anonieme participanten, die ik zo uitgebreid mocht interviewen. Hartelijk dank aan alle redacteurs, vertalers en literair agent voor jullie tijd en openheid. Zonder mijn begeleiders Elbert Besaris en Laurens Ham was het zeer waarschijnlijk een rommeltje geworden, bedankt voor het concretiseren van mijn onderzoek, voor het stellen van de juiste vragen en voor het schrappen van mijn geneuzel.

Ik wil mijn collega's Linda Kohn en Christine Koopmann in het zonnetje zetten voor de inspiratie, motivatie en bovenal de gezelligheid in het agentschap. Tot slot wil ik ook graag mijn familie, vrienden en studiegenoten bedanken voor het proeflezen en meedenken, in het bijzonder mijn moeder en oma en opa, Maaïke, Wil en Tom van Diepen en mijn goede vriendin Iris Kater.

## TERMINOLOGIE

In mijn scriptie komt een aantal belangrijke, terugkerende termen voor. Sommige termen, zoals het literair agentschap, zijn zelden wetenschappelijk beschreven, reden waarom het des te waardevoller is om ze hier wel te definiëren. Van andere termen, zoals symbolisch kapitaal, bestaan juist veel verschillende definities, waardoor het praktisch is om ze hier binnen mijn scriptie te situeren.

Factsheet: ook wel infosheet. Meestal een A4'tje aan informatie over een nieuw boek, waarvan in sommige gevallen nog geen manuscript bestaat, dat rechthebbende uitgeverijen naar agentschappen sturen en dat agenten gebruiken voor hun pitch aan (Nederlandse) uitgeverijen. Belangrijke informatie op het factsheet is de beoogde publicatiedatum, het aantal pagina's, de reeds gesloten rechtendeals, een korte biografie van de auteur en een synopsis van het boek. In mijn scriptie is het een van de factoren, die hier de publicatiedatum en het pagina-aantal omvat.

Fonds: 'Het totaal van publicaties dat door een uitgever is uitgegeven.' (Algemeen Letterkundig Lexicon, vanaf 2012) Uitgesloten van het fonds zijn in deze definitie dus de werken waarvan uitgeverijen weliswaar de rechten hebben, maar die ze nooit daadwerkelijk hebben uitgegeven. Het fonds van de uitgeverij is een profileringsmiddel: 'Doorgaans streven uitgevers d.m.v. hun fonds naar een eigen profiel dat hen een specifieke rol bezorgt in de uitgeverijwereld.' (ib.) In dit onderzoek bestudeer ik uitsluitend uitgeverijen met een literair fonds en dus geen uitgeverijen die zich door hun fonds als uitgever van bijvoorbeeld kinderboeken, schoolboeken of wetenschappelijke literatuur profileren. Als er met het fonds iets anders dan bovengenoemde wordt bedoeld, zal dat duidelijk worden gemaakt, bijvoorbeeld door toevoeging van een naam zoals het Letterenfonds.

Genrefictie: normatieve term die in deze scriptie de tegenhanger van literaire fictie vormt.

Ook wel triviaalliteratuur of pulp, reikend van sciencefiction tot romance, gaat het vaak om boeken die een vast stramien volgen, waarin de nadruk op de kenmerken en de conventies van het subgenre en op het plot ligt.

Literair agent: agent die ofwel auteurs (meestal in het binnenland) ofwel uitgeverijen (meestal in het buitenland) vertegenwoordigt. In mijn scriptie gaat het uitsluitend over de laatste categorie. De rol van de agent is het verspreiden van boekpitches onder binnenlandse uitgeverijen over boeken, met name de ‘highlights’, van buitenlandse uitgeverijen. Het doel daarvan is de vertaalrechtenverkoop. Daarbij is de agent, in tegenstelling tot de scout, werkzaam voor de rechthebbende en een in het huidige literaire veld zeer belangrijke schakel tussen verschillende internationale markten.

Literaire fictie: normatieve term die in deze scriptie de tegenhanger van genrefictie vormt.

Veronderstelde ‘hogere’ of ‘echte’ literatuur, die vaker wordt gecanoniseerd of op andere manieren wordt geconsacreerd met symbolisch kapitaal.

Poortwachter/Gatekeeper: actor of instantie in het literaire veld die de mogelijkheid heeft om toegang te verlenen aan actoren en teksten. Te denken valt bijvoorbeeld aan uitgeverijen (in het bijzonder acquirerende redacteurs), agenten, vertalers en letterenfondsens. Zie William Marlings monografie *Gatekeepers* (Oxford University Press, 2016).

Scout: letterlijk ‘speurder’. In tegenstelling tot de literair agent is de scout werkzaam in een brontaalgebied, vaak voor meerdere doeltaalgebieden tegelijkertijd. De scout wordt maandelijks betaald door doorgaans één uitgeverij per doeltaalgebied en is bijzonder goed op de hoogte van het literaire veld van waaruit die werkzaam is.

Symbolisch kapitaal: oorspronkelijk een term van Pierre Bourdieu (1930-2002) uit zijn beroemde veldtheorie. Onder symbolisch kapitaal versta ik net als het Algemeen Letterkundig Lexicon een vorm van kapitaal die ‘niet beperkt is tot een strikt economische

waarde'. Symbolisch kapitaal wordt aan boeken toegekend wanneer deze over 'literary awards and positive reviews by renowned critics' (van Es, Heilbron 2015: 306) beschikken.

Upmarket fictie: fictie tussen de twee Bourdieu-polen in, zowel literair als commercieel en daarmee literatuur die toegankelijk is voor een breed publiek. Ook wel boekenclubfictie.

Vertaalsubsidie: niet te verwarren met de vertalerssubsidie die is bedoeld om de vertaalkwaliteit te bevorderen, zijn vertaalsubsidies subsidies die door letterenfonds worden verstrekt aan doelculturele uitgeverijen met het doel het aanbod aldaar te beïnvloeden. (vergelijk ook De Haan 2009)

## 1. INLEIDING

Een jaar geleden kreeg ik de kans om een paar uur per week bij een literair agentschap aan de slag te gaan. Werken in het kleine wereldje dat het literaire veld is, was ineens geen toekomstmuziek meer. Het afgelopen jaar mocht ik bij uitgevers op bezoek gaan om boeken te pitchen, van kraam naar kraam rennen op de Frankfurter Buchmesse, borrelen met redacteurs, schrijvers en vertalers, leesverslagen en proefvertalingen maken en vooral eindeloos mailverkeer onderhouden over de werkelijk onbenulligste royaltybedragen.

Al snel realiseerde ik me dat ik mijn scriptie, waarvoor ik vorig jaar een geheel ander onderwerp had bedacht, niet met mijn neus in de boeken wilde schrijven, maar dat ik deze nieuw opgedane kennis en kennissen wilde inzetten om een vraag te beantwoorden die me écht interesseerde, namelijk waarom de ene roman wel in Nederlandse vertaling verschijnt en de andere niet. Of, behapbaarder: welke factoren spelen een rol bij het acquireren van literaire fictie voor vertaling? Misschien zou de vraag onbeantwoordbaar blijken, maar met die instelling kom je niet verder dan diplomatieke vaagheid en in het beste geval de conclusie dat het allemaal nattevingerwerk is. Nee, ik wilde concreet en op de m/v/x af vragen waarom het ene boek door een uitgeverij ‘vertaalbaar’ wordt geacht en het andere niet en welke factoren nou echt de doorslag geven bij de selectie van een fonds.

Aline Lapeire, programmamaker bij deBuren, geeft in een interview met het Expertisecentrum Literair Vertalen een bondige inschatting van de factoren die het selectieproces van een uitgeverij beïnvloeden: ‘Bij een uitgeverij ontstaat het fonds uit een complexe interactie van de smaak van de uitgever, de traditie van het fonds en commerciële belangen.’ (ELV 2021) Aan deze conclusie valt denk ik niet veel te morrelen, maar valt hij misschien wel te preciseren? Of tenminste in belang te rangschikken door aan redacteurs te vragen wat volgens hen belangrijker is: de commerciële potentie of de persoonlijke smaak?

Of toch de traditie van het fonds? Zijn deze factoren onderworpen aan verandering en zo ja, aan welke dan?

Een rode lijn die door mijn onderzoeksresultaten loopt is dat redacteurs, vertalers en agenten het idee hebben dat literaire fictie het momenteel zwaar te verduren heeft. De afgelopen jaren hebben uitgeverijen zeker voor een aantal hete vuren gestaan, waaronder de coronacrisis die ertoe leidde dat boekhandels maandenlang niet open konden, en het papiertekort<sup>1</sup> dat de productiekosten door het plafond jaagde. Recenter kwamen daar nog de overheidsplannen bij om de btw op boeken te verhogen. Querido-redacteur Josje Kraamer spreekt van ‘een moeilijke periode’ in de uitgeverwereld:

Door de concurrentie van mobieltjes en streamers als Netflix, en ook de zware coronajaren, is de verkoop van boeken gedaald. We geven inmiddels minder boeken uit en proberen die zoveel mogelijk aandacht te geven, maar het is een spannende tijd. En dan hangt de mogelijke verhoging van btw op boeken nog als een zwaard van Damocles boven ons hoofd. Maar ik weiger te geloven dat er op een gegeven moment niet meer wordt gelezen. (*Financieel Dagblad*, 14 augustus 2024)

Dat uitgerekend Querido, een van oudsher literaire uitgeverij, boeken wil maken ‘voor een breed publiek’ (ib.) zegt veel over de huidige boekenmarkt. Hoewel het aantal boekhandelaars en fysieke boekverkopen in de afgelopen jaren juist is toegenomen – volgens retailexpert Paul Moers hebben Nederlanders het boek na corona ‘opnieuw ontdekt’ (*de Volkskrant*, 3 mei 2024) – merken verschillende redacteurs die ik sprak op dat er momenteel een verschraling van de literatuur plaatsvindt, waarbij de niche moet concurreren met de grote bestsellers; er zit namelijk niets meer tussenin.

Het is dan ook geen grote verrassing dat ook het literaire segment, of zoals vertaalwetenschapper Gisèle Sapiro het noemt de ‘small-scale production’ (Sapiro 2016: 88), steeds meer onder druk komt te staan van commerciële beperkingen. Betekent dat dat de literaire productie in Nederland langzaamaan gereduceerd wordt tot een reactie op de grillen van de markt? Of zal er ondanks de uitdagingen in de huidige literaire markt altijd ook plek

---

<sup>1</sup> Vgl. bijv. dit artikel in *de Volkskrant*: <https://www.volkskrant.nl/economie/mensen-kopen-meer-boeken-maar-uitgevers-kampen-met-een-papiertekort~bad0bd2d/>.



blijven voor kleinschalige productie, die weliswaar weinig economisch, alleszins vaak symbolisch kapitaal oplevert (ib.: 90)?

De onzekerheid waar uitgevers van literaire fictie in vertaling sowieso al mee te maken hebben als het gaat over de selectie van boeken voor hun fonds, staat door ongunstige veranderingen zoals de ontleding, de verengelsing van het literaire veld en het kortere plankleven van boeken op scherp. Des te belangrijker is daarom de vraag geworden welke factoren meespelen bij het keuzeproces dat redacteurs doorlopen. In dit project onderzoek ik die factoren door verschillende veldactoren te interviewen: vier redacteurs van literaire uitgeverijen, twee literair vertalers en één literair agent. Ik hoop door meerdere actoren te interviewen tevens inzicht te verkrijgen in de verhouding tussen deze actoren en hoe die wellicht gebaat zou zijn bij verandering. Deze scriptie is een verkennend onderzoek naar de totstandkoming van literaire fictie in vertaling en naar de factoren die een rol spelen bij het selecteren daarvan.

In hoofdstuk 2 wordt het onderzoeksonderwerp gekoppeld aan een aantal relevante theorieën over de acquisitie van vertaalde fictie. In hoofdstuk 3 worden de onderzoeksvragen en gestelde hypotheses geformuleerd en in hoofdstuk 4 de gehanteerde onderzoeksmethodes beschreven. In hoofdstuk 5 vind je de resultaten, die tot slot in hoofdstuk 6 worden besproken. Veel leesplezier.

## 2. THEORETISCH KADER

De belangrijkste theoretische fundering voor deze scriptie is Thomas Franssens proefschrift *How books travel: Translation flows and practices of Dutch acquiring editors and New York literary scouts, 1980-2009*. Met name Franssens onderzoek naar de factoren die een rol spelen bij het acquireren van (vertaalde) literatuur in Nederland en de verschillende fases binnen het ‘gatekeeping’-proces, vormen een belangrijk uitgangspunt voor mijn eigen onderzoek.

Franssens heeft, behalve een kwalitatief onderzoek aan de hand van interviews, een overzichtelijk schema opgesteld van het aandeel vertaalde (Engelse en anderstalige) teksten in de fondsen van bijna dertig Nederlandse uitgeverijen. Hoewel deze data inmiddels wat verouderd zijn – sommige uitgeverijen zijn bijvoorbeeld gefuseerd of overgenomen door een concern – vormen ze wat de verdeling van economisch en symbolisch kapitaal, en ook wat de brontalen betreft, nog steeds een goede basis om naar te verwijzen, vooral ook omdat het aandeel vertalingen over het algemeen iets zegt over de identiteit van de uitgeverij, die in principe niet heel snel of groots verandert.

Wel valt op te merken dat uitgeverijen van literaire fictie die voorheen vooral uit de Angelsaksische vijver visten, daar vandaag de dag voorzichtiger mee zijn.<sup>2</sup> En dat niet alleen – sommige uitgeverijen kiezen er zelfs voor om in eigen bestand oorspronkelijk Engelstalig uit te geven of de Nederlandse fondsauteurs óók in het Engels uit te geven, zoals De Fontein onder andere doet met de immens populaire jeugdthrillers van Mel Wallis de Vries.<sup>3</sup> Het ligt dan ook in de lijn der verwachting dat acquirerende redacteurs in de literaire sector meer dan

---

<sup>2</sup> Vgl. bijv. dit citaat van Janneke Loman, redacteur bij Park Uitgevers: ‘Wij zijn nu al veel selectiever met het aankopen van nieuwe, vernieuwende Engelstalige stemmen dan tien tot vijftien jaar geleden.’ (NRC 2022) Aan de andere kant lijkt deze trend al langer te bestaan dan sinds de afgelopen paar jaar; zo zag vertaler Arie Pos al in 2010 dat mensen in Nederland liever het Engelse origineel lezen dan de Nederlandse vertaling (*Filter* 2010).

<sup>3</sup> De boeken worden overigens in het Engels vertaald zonder tussenkomst van een menselijke vertaler, zoals te zien is in de catalogus van de KB, bijvoorbeeld voor het boek *Toxic* <https://webgoc.oclc.org/cbs/DB=2.37/SET=3/TTL=1/SHW?FRST=1>.

ooit verder kijken dan naar de overkant van de oceaan, bijvoorbeeld naar perifere talen zoals Duits en Frans.

Op basis van de fondsen van 27 uitgeverijen concludeert Franssen dat er drie clusters te onderscheiden zijn, die allemaal een bepaald profiel hebben: Prestigious-Local, Anglo-American-Genre en Exotic-Languages, waarbij ik vooral geïnteresseerd ben in dat laatste cluster van uitgevers, meer specifiek in het deel dat overlapt met Prestigious-Local.

Hoewel het niet mogelijk was om op basis van NUR-codes in de fondsen een onderscheid te maken tussen zogenaamde low-brow en high-brow fictie, vanaf hier kort door de bocht beschreven als genrefictie versus literaire fictie, ziet Franssen wel dat sommige uitgeverijen verschillende imprints hebben voor literatuur uit verschillende clusters, zoals in het geval van De Bezige Bij-imprint Cargo voor met name Engelse genrefictie. Bovendien meet Franssen het symbolische kapitaal van uitgeverijen voor een deel door het aantal gewonnen literaire prijzen te tellen.

In mijn eigen onderzoek veronderstel ik voor de duidelijkheid dat dit veldtheoretische onderscheid (zie Bourdieu 1993) zinvol en mogelijk is, maar tegelijkertijd ook dat de twee polen elkaar niet uitsluiten: een literair werk dat beschikt over symbolisch kapitaal, kan alsnog of zelfs juist een commercieel succes worden en de selectiemechanismen van een literaire uitgeverij zullen ook door beide worden gestuurd.

Dit komt tevens overeen met Franssens statistische onderzoek naar de fondsen van Nederlandse uitgeverijen, waarbij 19 van de 27 bestudeerde uitgeverijen zowel een hoog economisch als symbolisch kapitaal hadden. De onderzoeken van Anheier, Gerhards en Romo (1995) en het onderzoek van Bourdieu zelf (2008) naar het Duitse respectievelijk Franse literaire veld wijzen soortgelijks uit: 'This suggests that, in the highest strata of the literary field, symbolic and economic capital reinforce each other.' (Bourdieu in Franssen 2015: 95)

Hieronder de tabel waarin het economische en symbolische kapitaal van de uitgeverijen in Franssens onderzoek worden weergegeven:

*Table 4.1: Characteristics of publishers in the Dutch literary field*

Publisher	English	Dutch	Other	Thrillers	Poetry	Total	Economic	Symbolic	Year	Company	Scout	Cluster	Interviewed
Ambo Anthos	57.14	20.54	22.32	32.14	2.68	112	15.41	1.33	1970	NDC/VBK	Yes	2	Yes
Amstel	32.00	39.00	29.00	7.00	5.00	100	1.68	2.67	1887	NDC/VBK	Yes	1 and 3	Yes
Bruna	65.81	5.98	28.21	76.92	0.00	117	8.42	1.33	1868	PCM	Yes	2	Yes
Contact	33.33	60.00	6.67	2.22	11.11	45	2.45	2.67	1933	NDC/VBK	Yes	1	Yes
Cossee	11.11	61.11	27.78	5.56	11.11	18	0.78	5.33	2001	Independent	No	1	No
De Arbeiderspers	25.49	46.08	28.43	10.78	13.73	102	6.08	14.67	1929	WPG	Yes	1	Yes
De Bezige By	44.75	39.23	16.02	24.31	6.63	181	16.19	14.67	1944	WPG	Yes	1 and 2	Yes
De Boekery	90.31	3.57	6.12	22.45	0.00	196	2.81	0.00	1945	PCM	Yes	2	Yes
De Fontein	82.14	10.71	7.14	58.93	0.00	56	3.97	0.00	1946	NDC/VBK	Yes	2	Yes
De Geus	17.97	17.19	64.84	28.13	5.47	128	3.61	12.00	1983	Independent	No	3	Yes
De Harmonie	66.67	33.33	0.00	16.67	16.67	6	6.70	0.00	1972	Independent	No	1 and 2	Yes
De Rode Kamer	0.00	0.00	100.00	83.33	0.00	5	0.00	2.67	2005	Independent	No	3	No
Dutch Media	16.67	50.00	33.33	16.67	0.00	6	0.00	1.33	2005	Independent	No	1 and 3	No

*Table 4.1: Characteristics of publishers in the Dutch literary field (continued)*

Publisher	English	Dutch	Other	Thrillers	Poetry	Total	Economic	Symbolic	Year	Company	Scout	Cluster	Interviewed
FMB	61.90	33.33	4.76	19.05	4.76	21	0.87	1.33	2005	FMG	Yes	1 and 2	Yes
Karakter	34.38	31.25	34.38	93.75	0.00	32	1.14	1.33	2001	Independent	No	2 and 3	No
Luitingh Sythoff	90.53	4.53	4.94	54.73	0.41	243	11.46	4.00	1851	NDC/VBK	Yes	2	Yes
Meulenhoff	26.73	22.77	50.50	0.99	9.90	101	1.93	1.33	1895	PCM	Yes	1 and 3	Yes
Muntinga	44.90	34.69	20.41	14.29	10.20	49	0.23	0.00	1983	Independent	Yes	1 and 2	Yes
NieuwAmsterdam	19.44	77.78	2.78	2.78	22.22	36	0.31	2.67	2005	Independent	Yes	1	Yes
Nijgh & Van Ditmar	8.33	83.33	8.33	0.00	29.17	24	2.43	5.33	1870	WPG	No	1	No
Podium	21.43	60.71	17.86	0.00	21.43	28	5.15	4.00	1997	Independent	No	1	No
Prometheus Bert Bakker	20.97	62.90	16.13	16.13	11.29	62	1.69	6.67	1989	Independent	Yes	1	Yes
Querido	15.19	58.23	26.58	7.59	16.46	79	1.67	12.00	1915	WPG	Yes	1	Yes
The House of Books	81.94	12.50	5.56	37.50	2.78	72	1.98	0.00	1999	Bertelsman	Yes	2	Yes
Unieboek	93.33	4.44	2.22	37.78	0.00	45	1.29	0.00	1878	PCM	Yes	2	Yes
Van Oorschot	10.53	63.16	26.32	0.00	31.58	19	0.00	1.33	1945	Independent	No	1	No
Wereldbibliotheek	10.00	20.00	70.00	0.00	10.00	20	1.78	1.33	1905	Independent	No	3	No
Total						1903							
Total for the field						2574							

Afbeelding 1: tabellarische weergave van de karakteristieken van uitgevers in het Nederlandse literaire veld (Franssen: 93-94)

In Franssens onderzoek naar het keuzeproses van acquirerende redacteurs komt een aantal interessante factoren naar voren die het keuzeproses beïnvloeden. Veel uitgevers gaan bijvoorbeeld uit van hun fonds, zowel op diachroon als synchroon niveau: een vertaald boek

moet bij het huidige en het traditionele fonds van de uitgeverij passen. Toch merkt Franssen dat uitgevers terughoudend zijn om specifieke criteria uit de doeken te doen.

Het belangrijkste lijkt te zijn dat ‘editors themselves feel a “connection” with a book. This connection can either be a matter of personal taste – which they find more relevant for literature (high culture) than for genre fiction (popular culture) – or it can be a conviction that “other people” will like a book’ (Franssen 2015: 102). Voor de acquisitie van genrefictie lijken dus (andere) regels te gelden: uitgevers ervan beklemtonen dat er criteria bestaan waar thrillers of chicklit aan moeten voldoen – ‘Chick lit needs to be romantic, thrillers need to be thrilling’ (ib.: 104).<sup>4</sup> Maar als het gaat over het uitgeven van een literaire roman of dichtbundel, lijken de redenen voor acquisitie in vergelijking tot de factoren die meespelen bij de selectie van genrefictie vrij ongrijpbaar.

Franssen gaat uit van het idee dat de selectiemechanismen binnen een uitgeverij onderhevig zijn aan onzekerheid, die in de afgelopen decennia erger is geworden: ‘There is an overabundance of available new manuscripts to possibly publish. It is impossible to, beforehand, know or predict the nature, quality, and marketability of new manuscripts.’ (ib.: 17) Die overvloed aan leverbare literaire werken wordt in de hand gewerkt door globalisering, omdat het daardoor veel makkelijker is geworden om teksten en informatie te verspreiden.

Om de vraag te beantwoorden hoe uitgeverijen met die onzekerheid omgaan, heeft Franssen een twintigtal redacteurs geïnterviewd. Een van Franssens belangrijkste resultaten is mijns inziens dat redacteurs, om de hoeveelheid aan mogelijkheden te filteren, doorgaans op andere actoren in het literaire veld vertrouwen: ‘agents, friends within the industry (e.g. foreign editors, translators, literary critics), and scouts’ (ib.: 97), waarbij het niet alleen gaat over collega’s in het binnenlandse veld, maar ook vooral over die in het buitenland.

---

<sup>4</sup> Nota bene dat deze formuleringen niet bepaald concreet zijn, want wat is eigenlijk *thrilling*? En wanneer is iets niet *thrilling*, actueel of relevant genoeg?

Uitgevers neigen er dus naar om zich te oriënteren aan de keuzes van hun (internationale) collega's, wat ten dele resulteert in een toenemend homogene literaire wereldmarkt (vergelijk p. 115). Deze isomorfietheorie gaat terug op het neo-institutionalisme van Paul DiMaggio en Walter Powell (1991), een theoretisering van sociaalhistorische dynamieken die tot eenvormigheid leiden, waaronder imitatie, beperkingen en normen (vergelijk Sapiro 2016: 82). Maar, zegt Franssen, om als uitgeverij een plekje in het literaire veld, en meer concreet in de boekhandel te kunnen veroveren, is het tegelijkertijd essentieel dat je fonds coherent en uniek is en dat je als uitgeverij dus een bepaalde identiteit hebt. (vergelijk Franssen 2015: 117)

Gisèle Sapiro heeft het in dit verband over het *waves and trees*-model, twee metaforen die van oorsprong uit de geschiedkunde stammen en die door literatuurwetenschapper Franco Moretti (2000) worden gehanteerd om de verspreiding van wereldliteratuur te verklaren. Hierbij worden *trees* beschreven als een 'passage from unity to diversity' (Moretti 2000: 67) en *waves* als het tegenovergestelde: een verschuiving van diversiteit naar eenvormigheid dus.

Concreet betekent dit dat *waves* bij de uitgave van wereldliteratuur in isomorfie of eenvormigheid resulteren en *trees* in diversiteit.<sup>5</sup> De theorie is toepasbaar op Franssens inzicht dat uitgevers vertrouwen op anderen om literatuur te filteren en zo de onzekerheid die inherent is aan acquisitie te verminderen. Het meedeinen op de golven wordt gezien als een zekerdere keuze dan het vertakken; door te imiteren wat andere uitgevers in het internationale literaire veld doen en door je keuzes aan te passen aan de normen en beperkingen in het nationale literaire veld, zul je niet snel een misstap maken of grote risico's lopen (*risk avoidance* is een bedrijfsstrategie, zie Franssen 2015: 104).

---

<sup>5</sup> Bij Moretti zelf is de theorie een beetje anders: *waves* gaan inderdaad over een eenvormend effect op wereldliteratuur, maar *trees* worden bij hem beschreven als differentiatie, *branching*, binnen de context van een nationale literatuur. Sapiro maakt dat onderscheid tussen wereld- en nationale literatuur niet expliciet, maar neemt wel de metaforen over. (vgl. Moretti 2000: 67)

Tegelijkertijd kan vertakken, wat doorgaans als riskanter wordt gezien, ertoe leiden dat je je als uitgever kunt onderscheiden van de rest, originaliteit als manier om naam voor jezelf te maken. En ook aan imitatie zit risico vast, want als je steeds de rest volgt, loop je altijd achter. Volgens Sapiro wisselen uitgevers binnen het literaire segment *waves* daarom altijd af met *trees* (2016: 93). Het idee dat er balans moet bestaan tussen diversiteit en eenvormigheid is mijns inziens overigens niet alleen toepasbaar op de samenstelling van een fonds, maar soms ook op de individuele keuze voor een bepaald boek, zoals de redacteurs in Franssens interviews vinden: ‘[A book] must be suprising, then again it must also be recognizable.’ (Franssen 2015: 104)

Door het groeiende belang van de commercialisering van het uitgeefbedrijf, is het tevens belangrijk geworden dat een acquirerend redacteur uit kan leggen waaróm iets goed is. Als die diens klik met een roman niet kan beargumenteren, betekent dat in de huidige boekenwereld volgens Franssen dat het boek niet zal worden aangenomen op de redactievergadering. Patricia Thornton (2004) heeft het in dat opzicht over een verschuiving van autonome en esthetische naar marktgerichte uitgeefprincipes (ib.: 109), hoewel het er bij de redactievergadering volgens Franssen met name om gaat dat je je collega’s van een boek kunt overtuigen en ze ervoor kunt enthousiasmeren.

Die logica kun je tevens overhevelen op een eerder stadium van de acquisitie, waarbij de acquirerend redacteur zelf het object van die retorische middelen is, namelijk tijdens het filteren van alle beschikbare wereldliteratuur door wat ik in mijn scriptie vertrouwenspersonen noem. Zoals Denise en William Bielby (1994) in hun onderzoek naar televisieproductie ondervonden is ‘decision-making in cultural production predominantly rhetorical: convincing others of the value of a television show produces this value itself’ (ib.: 87).

Zowel Franssen als Sapiro hebben het over acquisitie in een neo-institutionele context, waarbij bedrijven in een internationale context convergeren. Een andere uit de economie afkomstige theorie, die in dit sociologische verband wordt ingezet, is de wet van vraag en aanbod. In zijn artikel *Supply-driven Translation: compensating for Lack of Demand* (2019) treedt Ondřej Vímř in dialoog met vertaalwetenschapper Gideon Toury's theorie dat vertaling een manier is om *gaps* in de doelcultuur te vullen met *non-gaps* uit de broncultuur (Toury 2012: 21).

Op die manier kan literatuur in vertaling bestudeerd worden als een product waar vraag naar is. De verschuiving van *demand-driven* naar *supply-driven* vertaling sinds de jaren '70 is terug te zien aan de opkomst van nieuwe veldactoren, zoals de literair agent en nationale instituten die vertaalsubsidie verlenen: 'These have become the main engines of supply-driven translation in non-genre fiction.' (Vímř 2019: 63) Deze actoren hebben volgens Vímř meer dan andere vertrouwenspersonen een eigen agenda omdat ze economisch dan wel symbolisch kapitaal proberen te verwerven door het aanleveren van nieuwe boeken. Vertalers en collega-uitgevers zouden daarom beter in staat zijn om een evenwicht te vinden tussen aanbod en vraag:

A peer publishing house may give important information about the success of a particular title in another country. A translator, however, holds a unique position – especially in the context of minor languages – as the expert on both the source and target cultures and their literary systems, and is supposedly qualified to arbitrate on whether a particular text may succeed in the particular target culture and whether there would be real demand from readers for the supply-driven translation.  
(63)

Aan deze twee actoren zou ik nog de scout willen toevoegen, omdat die in tegenstelling tot de agent niet op commissie werkt, waardoor die minder eigenbelang heeft in het verkopen van een individueel boek.

In Vímřs recentere artikel *Choosing Books for Translation* (2022) bespreekt hij hoe de illusie van online verbondenheid de uitgeefwereld beïnvloedt en acquisitiepraktijken verandert. Vímř wijst erop dat dergelijke *connectivity* ertoe leidt dat uitgevers aan de ene kant



meer met elkaar concurreren om boeken – meerdere uitgevers krijgen tenslotte pdf's van boeken toegestuurd waarvan wordt verwacht dat het bestsellers zullen worden en worden door (veronderstelde) tegenboden opgejaagd – maar dat sommige, met name kleinere uitgeverijen zich daardoor juist gaan richten op de niet-gehypete literatuur, waarbij het ook een rol speelt dat letterenfondsden daarvoor vaak meer vertaalsubsidies beschikbaar stellen.<sup>6</sup>

Vimrs definitie van verbondenheid heeft echter ook te maken met de persoonlijke relaties die bestaan tussen uitgevers en bijvoorbeeld agenten, en dat uitgevers bij het acquireren van boeken steeds meer vertrouwen op persoonlijke aanbevelingen, wat overeenkomt met het onderzoek van Franssen. De vraag is of het belang van zulke vertrouwenspersonen afneemt, naarmate we meer en meer online met elkaar communiceren. En zo niet: wat maakt persoonlijk contact met je collega's, klanten en auteurs dan zo belangrijk?

Verdere tendensen die Vimr opmerkt zijn een focusverschuiving van de auteur en de boekhandel naar de lezer. Zo zouden uitgevers tegenwoordig nog maar weinig belang hechten aan de recensies van professionele critici en meer en meer kijken naar lezersreacties op sites als *goodreads.com*. De hierboven genoemde leveranciers aan de uitgever (agent, scout, vertaler, ...) pitchten vervolgens titels op basis van de aanbiedingsfolder van de uitgeverij, wat opnieuw leidt tot eenvormigheid, maar ditmaal binnen het fonds, waardoor de uitgeverij zich ook meer en meer kan profileren (Vimr 2022: 289). Wat de uitgeverij wel of niet acquireert wordt dus bepaald door de traditie van de uitgeverij, de zogenaamde aansluiting bij het fonds, die op haar beurt bepaalt *wie* er leest:

If a book does not fit, editors tend to reject it irrespective of its quality, arguing that, as one large Norwegian publisher put it, “this book isn't for us. It should be published by someone else.” **This is because they know that their readers may not accept a book that strays from the pattern:** “When readers and booksellers see the name of our house, they know this [book] is a bit tough to

---

<sup>6</sup> Hier valt op te merken dat de verdeling van vertaalsubsidies niet ‘eerlijk’ is. Tussen taalgebieden en de bijbehorende letterenfondsden bestaan grote verschillen, wat betreft hun activiteiten, reikwijdte en budgetten. Concreet betekent dit dat kleine uitgeverijen vaak genoodzaakt zijn om uit talen te vertalen die de Nederlandse vertaling subsidiëren. Zoals R2: ‘Bij Scandinavische talen is het heel prettig dat je bijna gegarandeerd subsidie krijgt. Dat maakt het laagdrempelig om een boek aan te kopen.’

read and demanding. Which means that if we publish an author with bestseller potential, they're seen as a bit weird from the very beginning." (small publisher, Sweden). (ib.: 290)

Dit suggereert dat wat voor sommige uitgeverijen een stimulans is om een boek te acquireren, voor anderen juist reden kan zijn om het af te wijzen, zoals in dit citaat de bestsellerpotentie van een auteur. Als de identiteit van de uitgeverij, zoals Sapiro claimt, vooral binnen de kleinschalige literaire productie een factor is, zou dat kunnen betekenen dat factoren als het feit dat een boek in het brontaalland een bestseller is of dat het aan de uitgever is aangeraden door een vertrouwenspersoon, voor een kleine of onafhankelijke uitgeverij geen redenen zijn om een boek aan te kopen. Maar wat dan wel?

Uit Vimrs interviews met redacteurs komen verdere factoren, zogenaamde *circuits of connectivity* tussen een bron- en een doeltaaluitgeverij naar voren: 'Each target linguistic space is a centre of its own but also embedded in a wider circuit of connectivity based on features that may range from a common history to linguistic, cultural and political affinities.' (297) Deze circuits uiteten zich in factoren die een rol kunnen spelen bij de selectie van een fonds, waaronder de nabijheid van het bron- en doeltaalgebied en van de bron- en doelcultuur, de verkochte vertaalrechten, het beschikbaar zijn van een vertaler in die talencombinatie, de nabijheid van een vreemdtalige aan een inheemse auteur en de beschikbaarheid van vertaalsubsidies. Volgens Vimr kiezen acquirerende redacteurs boeken uit die onderdeel uitmaken van één of meer van dit soort circuits (vergelijk p. 295).

Dergelijke factoren wijzen erop dat de acquisitie van literaire fictie in vertaling logischer en gestructureerder verloopt dan Franssens resultaten aantonen.

### 3. ONDERZOEKSVRAGEN EN HYPOTHESES

Ik wil erachter komen op basis van welke factoren literaire fictieteksten geselecteerd worden voor vertaling in het Nederlandse literaire veld. Omdat ik verschillende actoren wil interviewen, vanuit verschillende invalshoeken, verschilt de hoofdvraag enigszins per interview. In dit onderzoek gaat het me om factoren die *niet* alleen commercieel zijn, maar die wel bijdragen aan het verkooppotentieel van een vertaald boek.

Aan elk van de poortwachters wil ik dus vragen wat een boek potentieel ‘vertaalbaar’ maakt: **Op basis van welke factoren beslissen de geïnterviewde uitgevers van welke boeken ze de vertaalrechten verwerven en waar denken agenten en vertalers dat redacteurs waarde aan hechten bij het acquireren?**

Ik heb zestien factoren geformuleerd en op kaartjes geschreven die een rol zouden kunnen spelen bij het selectieproces door redacteurs. Deze zestien factoren zijn grofweg te verdelen in interne en externe factoren, die tevens samenvallen met de *trees* (diversiteit) en *waves* (eenvormigheid) van Moretti en Sapiro, waarbij ik veronderstel dat het vertrouwen op interne factoren over het algemeen leidt tot diversiteit en het vertrouwen op externe factoren tot eenvormigheid.

De eerste categorie, de interne factoren, bestaat uit factoren die voornamelijk te maken hebben met de identiteit van de uitgeverij en de vraag of de te vertalen tekst daarbij past (gele kaartjes): Aansluiting fonds, Auteur, Factsheet (publicatiedatum, aantal pagina’s), Genre, Persoonlijke smaak, Risico, Stijl en Thema. De andere acht zijn zogenaamde externe factoren, de instanties waarop de uitgever al dan niet vertrouwt bij het maken van diens beslissingen (blauwe kaartjes): Bestseller, Brontaal en -cultuur, Lekenkritiek, Prestige, Professionele kritiek, Vertaalrechten verkocht, Vertaalsubsidie/Vertaler en Vertrouwenspersoon. Het is de bedoeling dat de participant alle kaartjes rangschikt, van meest naar minst belangrijk. Nota

bene: het zijn dus geen criteria, maar factoren. Het risico om een boek uit te geven, dat bijvoorbeeld een rol kan spelen wanneer het te vertalen boek een debuut is, is uiteraard geen criterium, maar kan wel een overweging zijn om de vertaalrechten van een boek al dan niet te verwerven.

De factoren heb ik opgesteld op basis van het literatuuronderzoek enerzijds en mijn eigen verwachtingen die voortkomen uit wat ik heb geleerd in de opleiding en het werkveld anderzijds. Ze zijn uiteraard niet in steen gebeiteld en ik ben juist heel nieuwsgierig naar factoren die ik in de voorbereiding van het onderzoek wellicht over het hoofd gezien heb. Door het rangschikken van de factoren hoop ik een antwoord te vinden op de hoofdvraag en mogelijk, door de toelichting die ik aan de geïnterviewden zal vragen, ook op de subvragen, zoals de houdbaarheid van een boek.

**De centrale hypothese is dat de veldfactoren, met name de redacteurs, de huidige boekenmarkt als lastig ervaren en dat dat het gevolg heeft dat er meer en meer marktgericht wordt geacquireerd, oftewel, dat ook voor literaire fictie in vertaling geldt dat er meer rekening wordt gehouden met externe dan met interne factoren.**

Bij deze factoren ben ik niet alleen benieuwd óf ze ertoe doen (dat is de hoofdvraag), maar ook waarom bepaalde factoren wel of geen rol spelen. Op die manier ontstaan subvragen, zoals, als het bijvoorbeeld over de factor ‘stijl’ gaat: waarom is stijl (niet) belangrijk? En hoe verhoudt het belang van deze factor zich tot andere factoren, zoals bijvoorbeeld het thema?

Een ander voorbeeld is de factor die ik ‘factsheet’ heb genoemd, vanwege het A4’tje aan informatie dat ik uitgeverijen stuur als ik voor het agentschap een boek pitch. Belangrijke informatie op dat sheet is de publicatiedatum van het boek en het aantal pagina’s. Ik hoop daardoor een antwoord te kunnen vinden op de vraag hoelang een roman ‘houdbaar’ blijft. Daarmee verwijs ik naar de focus bij de verwerving van vertaalrechten die logischerwijze op nieuwe boeken ligt. Deze vraag hangt samen met andere factoren die ik met de participanten

bespreek, die te maken hebben met de actualiteit van een boek (denk aan het recente winnen van een literaire prijs, maar ook het schrijven over actuele thema's). Op mijn werk worden vrijwel uitsluitend boeken gepitcht die zijn uitgekomen in de afgelopen twee jaar of nog moeten worden uitgebracht, enkele uitzonderingen daargelaten.

Naast de selectiefactoren ben ik nog benieuwd of er een verschil bestaat tussen de selectiemechanismen in een onafhankelijke uitgeverij versus in een uitgeverij die onderdeel uitmaakt van een concern. Op basis van mijn theoretische kader en met name de literatuur van Sapiro over *waves* en *trees*, stel ik de hypothese op dat de onafhankelijke uitgevers meer *trees*-keuzes maken en de interne factoren daarom hoger zullen rangschikken dan de concernuitgevers, die in verhouding meer *waves*-keuzes maken.

## 4. METHODE

### 4.1 Participanten

De methode die ik heb gebruikt om een antwoord te vinden op mijn vragen is het semigestructureerde interview. Het interview is een methode die steeds meer wordt gebruikt (Edley en Litosseleti 2010: 156), een verandering die plaatsvindt binnen een algehele methodeverschuiving van kwantitatief naar kwalitatief onderzoek. Het doel van mijn scriptie is niet het verkrijgen van een algemeen beeld van de selectiecriteria voor vertaalde literatuur in het Nederlands – voor zover iets dergelijks überhaupt mogelijk is – maar eerder van een uniek inkijkje in de gedachten van verschillende poortwachters over dat onderwerp. Om die reden, en ook omdat het afleggen en analyseren van interviews erg tijdsintensief is, heb ik ervoor gekozen om het aantal mensen dat ik interview te beperken tot zeven. De informatie uit de interviews vormt uiteraard geen representatief beeld voor de hele uitgeefbranche, maar er is wel geprobeerd om een zo divers mogelijk beeld te verkrijgen. Dat doe ik ten eerste door niet alleen redacteurs, maar ook twee vertalers en een agent te interviewen.

Omdat de redacteurs als poortwachters de meest doorslaggevende rol spelen, wilde ik er tenminste drie interviewen. Dit werden er uiteindelijk vier – van de acht die ik vroeg. Daarnaast wilde ik tenminste één redacteur interviewen die werkzaam is bij een onafhankelijke uitgeverij en één die bij een concernuitgeverij werkt, op basis van de veronderstelling dat redacteurs in onafhankelijke uitgeverijen andere keuzes maken dan die in concernuitgeverijen.

De keuze voor uitgeverijen was door de beperkingen in tijd en ruimte voor een deel willekeurig. Om die willekeurigheid in te perken heb ik aan de uitgeverijen een aantal voorwaarden gesteld, zogenaamde *purposive sampling* (vergelijk Saldanha en O'Brien 2014:

180), waarbij deelnemers worden geselecteerd op basis van bepaalde criteria zodat de belangrijkste aspecten van de onderzoeksvraag worden gedekt. Het eerste noodzakelijke criterium voor dit onderzoek is dat het fonds van de uitgeverij voor een groot deel bestaat uit vertalingen, ook uit andere talen dan het Engels, uitgeverijen dus die in het Exotic-Languages segment zitten. Ten tweede moet het fonds voor een groot deel literair zijn, dat wil zeggen dat zowel uit de profilering van de uitgeverij als ook uit hun aanbod naar voren komt dat hun focus op de uitgave van poëzie en literaire fictie ligt. Uiteindelijk kwam ik uit bij vier acquirerende redacteurs die elk voor verschillende uitgeverijen werken, waarvan er twee onafhankelijk zijn en twee onderdeel uitmaken van een concern.

Drie van de uitgeverijen zijn boetiekuitgeverijen, wat wil zeggen dat ze ongeveer twintig boeken per jaar uitgeven, één uitgeverij is een stuk groter. Alle uitgeverijen hebben gemeen dat ze veel vertaalde literatuur uitgeven, waaronder uit vreemde talen die niet het Engels zijn, maar er zijn wel wat verschillen in het fonds wat betreft literair gehalte. Uitgeverij 2 geeft naast literaire fictie ook upmarket en commerciële fictie uit, terwijl Uitgeverij 1 uitsluitend literair doet. Uitgeverijen 3 en 4 zitten daar een beetje tussenin, met een combinatie van meer grootschalige en kleinschalige literaire productie.

De tweede actor die ik wilde interviewen was de literair agent. Ik weet wat ik zelf belangrijk vind wanneer ik pitches stuur naar klanten, maar ik kom nog maar net om de hoek kijken. Om die reden heb ik een agent geïnterviewd die al langer in het vak zit. De gekozen participant werkt in een agentschap dat een groot klantenbestand vertegenwoordigt met voldoende klanten die zich richten op literaire fictie of die literaire fictie combineren met commerciële titels.

Tot slot interviewde ik twee literair vertalers over hun ervaring met en inzichten in de selectiemechanismen van uitgevers. Om een iets breder beeld te krijgen, interviewde ik twee vertalers met verschillende habitus. Ik wilde graag iemand interviewen die kan gelden als

gevestigd vertaler, een vertaler die tenminste jaarlijks een boek vertaalt en goed contact onderhoudt met tenminste één opdrachtgever (een redacteur), zodat die kan gelden als *trusted translator* (Vimr 2022: 290), oftewel een vertaler op wie redacteurs een beroep kunnen doen bij de zoektocht naar of het filteren van vreemdtalige literatuur. Daarnaast wilde ik ook iemand interviewen die juist nog in de beginfase van diens loopbaan zit, die nog niet (veel) gepubliceerd heeft, maar daar wel stappen voor heeft gezet.

De werktal van de vertalers was bij de zoektocht naar deelnemers van minder groot belang: alhoewel mijn persoonlijke interesse bij vertalers uit het Duits ligt, vond ik het belangrijker dat de vertalers in hun socialisering en ervaring van elkaar verschillen om een zo breed mogelijk beeld te krijgen van het belang van vertalers als poortwachters voor (minder recente) vertaalde literatuur enerzijds en van hun indruk van het belang van verschillende factoren bij het keuzeprocess van uitgevers anderzijds. Van de vijf vertalers die ik benaderde, zeiden er twee toe, van wie de een al decennialang regelmatig literair vertaalt uit het Engels en de ander pas sinds een paar jaar af en toe, uit het Duits.

Hier valt op te merken dat het vinden van participanten zeer waarschijnlijk makkelijker is wanneer je je in het literaire veld bevindt. Zelfs Bourdieu heeft weleens opgemerkt dat mensen in dit veld onwillig zijn om deel te nemen aan interviews, wat te maken heeft met ‘the extremely secretive attitude of a professional milieu that is ill disposed to the prying questions of outsiders’ (Bourdieu 2008: 127). Met andere woorden is het goed mogelijk dat de participanten, van wie ik vier mensen al eens eerder had ontmoet en twee anderen al wel eens voor mijn werk had gemaïld, meer bereid waren om hun gedachten uit de doeken te doen omdat ik geen echte outsider ben.

Het is mogelijk dat mijn professionele relatie met de participanten behalve bij het samplen ook een rol speelde tijdens het afleggen van de interviews. Gevaren die bij ieder interview op de loer liggen zijn sociaal wenselijke antwoorden, *impression management* (Langdridge en



Hagger-Johnson 2009: 96) oftewel het geven van antwoorden waarvan de participant verwacht dat die goed op hen zullen afstralen, naast het risico op manipulatie door de onderzoeker, bijvoorbeeld door het stellen van sturende vragen.

Sommige participanten gingen tijdens het interview in op mijn functie als agent en/of vertaler. Toch zou ik op basis van de gesprekken willen stellen dat mijn rol als actor in het literaire veld geen barrière vormde voor de openheid van de participanten en ook geen belangenverstrengeling veroorzaakte. Dit heeft er hoogstwaarschijnlijk mee te maken dat de interviews gepseudonimiseerd zouden worden.

Om de interviews zo ethisch mogelijk te laten verlopen, heb ik me ook ingelezen in het doen van mensgericht onderzoek met mensen binnen de Geesteswetenschappen en de betreffende checklist doorgenomen (in te zien op de Studentenwebsite van de Universiteit Utrecht).

## 4.2 Structuur

De interviews zijn semigestructureerd, wat inhoudt dat er wel een interviewschema bestaat, maar dat de vragen open zijn en dat het verloop van het interview minder voorspelbaar is, waardoor er meer variatie tussen de interviews mogelijk is, zowel wat betreft de inhoud als de volgorde van de vragen (vergelijk Saldanha en O'Brien 2014: 172). Ook kan het voorkomen dat er gedurende het interview nieuwe vragen opkomen. In de praktijk bleek inderdaad dat de structuur van de interviews verschillende focussen opleverde. Sommige redacteurs antwoordden bijvoorbeeld heel uitvoerig op de open vragen en raakten daarbij uit zichzelf thema's aan die andere participanten pas tijdens het rangschikken en het reflecteren daarop benoemden.

Vooral in het eerste gedeelte van het interview was er veel variatie: sommige participanten wijdde veel meer uit dan anderen. Dit sluit aan bij Saldanha & O'Briens observatie dat er bij semigestructureerde interviews een verschuiving optreedt in het machtsevenwicht van de interviewer naar de deelnemer, 'allowing for the co-construction of knowledge' (ib.: 173). Ik vind dat zelf eerder een troef dan een bezwaar van het semigestructureerde interview, omdat ik de antwoorden op open vragen als minder gestuurd en daardoor als autonomer en eerlijker beschouw.

Het begin van het interview bestaat daarom uit een aantal open vragen. Ik begin met wat gemakkelijke introductievragen, met name om de geïnterviewde op diens gemak te stellen. Vragen over hoe die in het betreffende vak gerold is, over het bedrijf waar die voor werkt en over diens waarneming van de uitgeefwereld op dit moment. Die laatste vraag stel ik ook om mijn stelling dat veldactoren de huidige literaire markt als ingewikkeld zien, te kunnen toetsen. Mijn vragen zijn concreet: Hoe lang werk je al als redacteur/vertaler/agent? Wat heb je daarvoor gedaan? Waar staat jouw uitgeverij voor? Hoe zie je de uitgeefwereld op dit moment? Met name de eerste vraag heb ik in de transcriptie van de interviews doorgaans weggelaten, omdat de informatie te direct zou verwijzen naar bepaalde individuen.

Om te voorkomen dat de geïnterviewden zoals bij Franssen onwillig zouden zijn om criteria te noemen, werk ik behalve met open vragen ook met een kaartjessysteem. Ik heb me voor dit systeem laten inspireren door de gebruikte methode in het rapport *Naar een versterking van de veerkracht van de boekenwereld na COVID-19* (Universiteit Utrecht: 2021). In dit onderzoek werden door de gesprekspartners vijftien op kaartjes afgedrukte waarden van meest naar minst belangrijk gerangschikt, waarna door de interviewer werd gevraagd wat de participant onder de begrippen verstond. In mijn eigen onderzoek wordt na het rangschikken van de kaartjes met name de vraag gesteld waaróm de participant de ene factor hoger rangschikt dan de andere.

### 4.3 Uitwerking

De interviews wilde ik het liefst in persoon uitvoeren, dat wil zeggen in een een-op-eengesprek en niet via de mail of een enquête, omdat er in een live interview meer ruimte is om in te spelen op de focus die de participant legt. Het was niet gemakkelijk om bij de uitvoering van de interviews mijn verwachtingen aan de kant te zetten. Bij het analyseren van het onderzoek ben ik dan ook extra bedacht op dergelijke vormen van vooroordeel die de resultaten onbetrouwbaar kunnen maken: *confirmation bias*, waarbij je als onderzoeker in je resultaten alleen dat ziet wat je verwacht te zien, evenals het tegenovergestelde daarvan waarbij je te veel focus legt op de uitzonderingen, *elite bias* waarbij je te veel waarde hecht aan de eloquentie van de antwoorden, en tot slot *going native*, waarbij je je als onderzoeker genoodzaakt voelt om de mening van de participant(en) te delen.

Na afloop van de interviews heb ik de gesprekken getranscribeerd en gepseudonimiseerd. Pseudonimiseren is vergelijkbaar met anonimiseren, in de zin dat persoonsgegevens ook bij pseudonimiseren worden weggelaten. Met behulp van extra informatie is het echter nog wel mogelijk om de identiteit van de betrokkene te achterhalen, en vooral is het ‘door meerdere geanonimiseerde gegevens die betrekking hebben op verschillende aspecten van dezelfde persoon met elkaar te combineren, vaak toch nog mogelijk om die persoon te identificeren, zéker als het gaat om een lid van een bepaalde, afgebakende groep.’ (Zie het document *Richtlijnen ‘geïnformeerde toestemming’ bij wetenschappelijk onderzoek* van de Facultaire Toetsingscommissie Geesteswetenschappen, 2021: 3).

Om die reden heb ik direct herleidbare uitspraken, zoals persoonsgegevens (denk aan naam, vooropleiding, herkomst), maar ook uitspraken over bijzondere werkwijzen die indirect tot individuen herleidbaar zijn, uit de uiteindelijke data weggelaten. Andere dingen die ik

gepseudonimiseerd heb – herkenbaar aan de asterisken die om het woord of de woordgroep heen staan – zijn bij de redacteurs onder andere de aangekochte boeken, de auteurs in hun fonds en uiteraard ook namen van personen en uitgeverijen, en bij vertalers hun gepubliceerde vertalingen. Bij de agent heb ik het taalgebied gepseudonimiseerd, omdat agentschappen zich vaak specialiseren op één brontaalgebied. In sommige gevallen heb ik bepaalde woordkeuzen algemener gemaakt om te voorkomen dat lezers door het woordgebruik van de geïnterviewde direct zouden weten om wie het gaat. Maar voor alle interviews geldt: helemaal anoniem is er geen, want zelfs het antwoord op een ja/nee-vraag is in theorie herleidbaar tot een individu. Ook iemands kennis en overtuigingen en iemands voorkeuren gelden als zogenaamde interne persoonsgegevens (ib.), maar als je die zou pseudonimiseren, blijft er weinig van het onderzoek over.

Het kaartjessysteem laat een systematisering van de antwoorden toe, waardoor het mogelijk is om de selectievolgorde van de participanten met elkaar te vergelijken. Maar aangezien ik maar zeven mensen geïnterviewd heb, houd ik de focus van dit onderzoek grotendeels kwalitatief. In 5.1 laat ik wel zien hoe de rangschikkingen van de actoren zich tot elkaar verhouden en wat de participanten gemiddeld het belangrijkste vinden, maar ik wil er niet te lang bij stilstaan, omdat ik me goed realiseer dat de resultaten niet generaliseerbaar zijn voor alle uitgevers, vertalers of agenten.

Ik heb vooral intensief naar de toelichting van de geïnterviewden op hun rangschikkingen gekeken, waarvan je in 5.3 een verslag per factor vindt. In een paar van de interviews nam de rangschikking een relatief klein gedeelte in beslag en heeft de participant al veel over diens selectiemechanismen verteld voordat daar kaartjes aan te pas te kwamen. Een analyse van die resultaten vind je in 5.2. Ook heb ik de selectiemechanismen van de concernuitgevers vergeleken met die van de onafhankelijke uitgevers, waarvan je de analyse kunt teruglezen in 5.4.

## 5. RESULTATEN

### 5.1 Analyse van de rangschikkingen

Het rangschikken van de kaartjes bleek geen sinecure. Voor de redacteurs en de agent was het een uitdaging en voor de vertalers was het om verschillende redenen grotendeels onmogelijk om te zeggen wat voor redacteurs nu het allerbelangrijkst is. Twee redacteurs (R1 en R4) rangschikten alle factoren, de andere twee bespraken de factoren weliswaar op volgorde, maar kenden niet echt een rangschikking toe. Sommige redacteurs merkten op dat de volgorde eerder van chronologische in plaats van hiërarchische aard was – zo zou R1 pas naar de buitenlandse recensies gaan kijken, nadat die van dat boek al een aanbeveling had gekregen. Meerdere redacteurs vonden dat er meerdere volgordes mogelijk waren en dat alles op een bepaalde manier is terug te brengen tot balans, tot een evenwichtig fonds, waarin zowel de niche als de toegankelijke literatuur een plekje hebben.

Wat betreft het rangschikken van interne versus externe factoren, vallen er direct een aantal dingen op. In de top 8 van R4 zitten maar liefst zeven interne factoren. Dat is verrassend, omdat Uitgeverij 4 een concernuitgeverij is, waarvan ik juist had verwacht dat ze meer interne factoren zou kiezen, terwijl Uitgeverij 1 klein en onafhankelijk is, maar betrekkelijk veel blauwe kaartjes in diens top 8 heeft: prestige, vertaalrechten verkocht en vertrouwenspersoon.

Redacteurs 2 en 3 hebben de factoren zoals gezegd in mindere mate gerangschikt, maar zijn wel altijd ingegaan op het belang van de betreffende factor. Het is daardoor alsnog mogelijk om een waardering van de factoren op te maken uit de interviews.<sup>7</sup> Belangrijke factoren voor Redacteur 2 zijn de stijl ('die *moet* iets bij me teweeg brengen'), de

---

<sup>7</sup> Nota bene dat deze gemiddelden vanwege het aantal participanten uiteindelijk niet zoveel zeggen over de uitgeefwereld, laat staan een representatief beeld geven van de keuzes van alle uitgevers, vertalers en agenten. De resultaten zeggen hoogstens iets over wat er gemiddeld in meer of mindere mate belangrijk is voor deze zeven actoren. Een kwantitatief onderzoek naar de factoren, bijvoorbeeld door tientallen participanten factoren te laten rangschikken (evt. in combinatie met een kwalitatieve invalshoek), zou wel mogelijk en zinvol zijn, maar niet binnen de beperkingen en de gekozen focus van dit onderzoek.

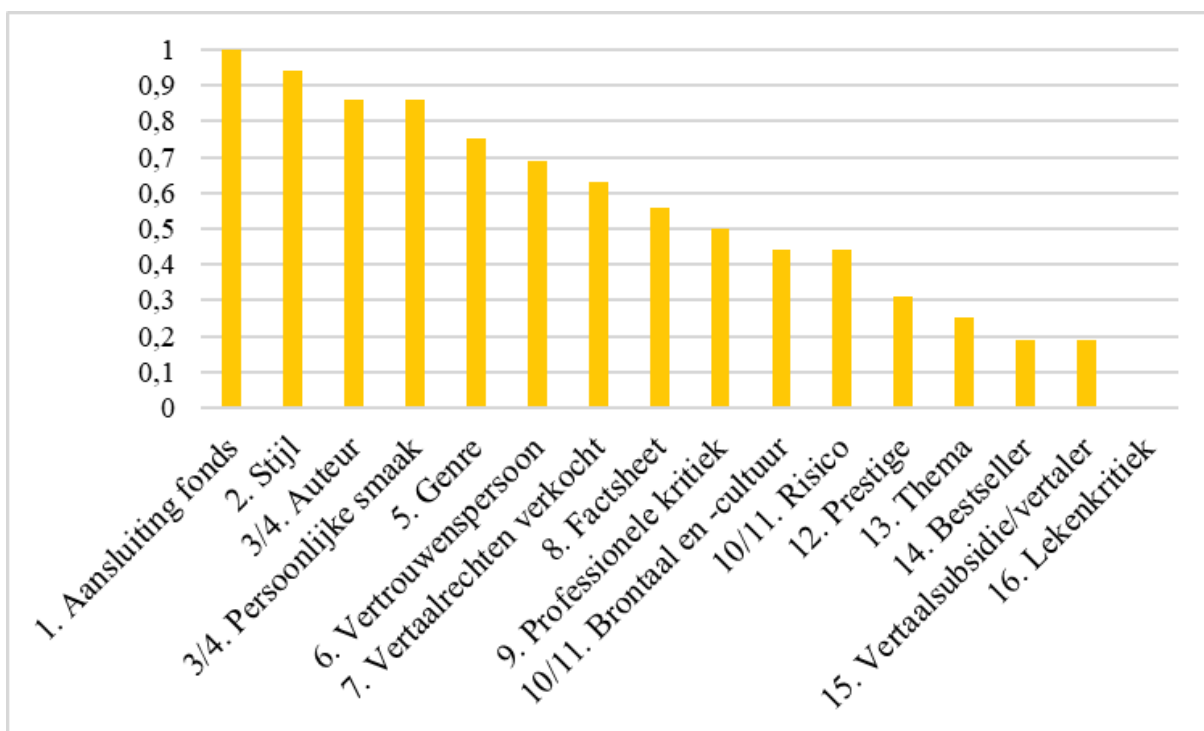
vertrouwenspersoon ('heel belangrijk') en de aansluiting bij het fonds ('het moet bij het fonds aansluiten'). Minder belangrijk zijn voor R2 prestige ('een mooie extra'), de auteur ('Ik kijk in eerste instantie naar het boek en dan pas naar de auteur') en of het boek een bestseller is (dan wordt een boek namelijk te duur). Voor R3 zijn naast stijl en de aansluiting bij het fonds, diens persoonlijke smaak en de auteur doorslaggevende factoren, waar de verkochte vertaalrechten, de risicofactor, of het boek in het brontaalland een bestseller is en tot slot de lekenkritiek onbelangrijk zijn.

Om ook de waardes van R2, R3, V1 en V2 vergelijkend te kunnen analyseren, heb ik dus met name gekeken naar de woorden die de geïnterviewden gebruiken, waaronder 'heel belangrijk', 'niet bepalend', 'doorslaggevend', 'mooi meegenomen' en 'belangrijk, maar niet tijdens acquisitie'. Op basis daarvan heb ik waardes in vier categorieën van belang geformuleerd. De uiteindelijke waardes variëren van 2,5 (het midden tussen 1 en 4) voor zeer belangrijk, 6,5 voor overwegend belangrijk, 10,5 voor minder belangrijk en 14,5 voor onbelangrijk, zie de onderstaande tabel.

Factoren	R1	R2	R3	R4	A1	V1	V2	Gemiddelde
Aansluiting fonds	3	2,5	6,5	2	2	2,5	2,5	<b>3</b>
Auteur	8	14,5	2,5	1	1	6,5	2,5	<b>5,1</b>
Bestseller	15	10,5	14,5	9	5	6,5	14,5	<b>10,7</b>
Brontaal en -cultuur	10	6,5	6,5	4	14	14,5	14,5	<b>10</b>
Factsheet	14	10,5	10,5	15	4	2,5	6,5	<b>9</b>
Genre	1	14,5	6,5	5	10	6,5	6,5	<b>7,1</b>
Lekenkritiek	16	14,5	14,5	16	16	14,5	14,5	<b>15,1</b>
Persoonlijke smaak	4	6,5	2,5	7	3	2,5	10,5	<b>5,1</b>
Prestige	7	10,5	10,5	14	12	10,5	6,5	<b>10,1</b>
Professionele kritiek	9	14,5	6,5	10	15	6,5	2,5	<b>9,1</b>
Risico	13	6,5	14,5	8	7	10,5	10,5	<b>10</b>
Stijl	2	2,5	2,5	3	11	2,5	2,5	<b>3,7</b>
Thema	12	10,5	10,5	6	9	14,5	10,5	<b>10,4</b>
Vertaalrechten verk.	6	6,5	14,5	11	6	10,5	6,5	<b>8,7</b>
Vertaalsubsidie/vertaler	11	2,5	10,5	13	13	10,5	14,5	<b>10,7</b>
Vertrouwenspersoon	5	2,5	2,5	12	8	14,5	10,5	<b>7,9</b>

Tabel 2: Rangschikking alle geïnterviewden

Van meest naar minst belangrijk ziet dat er dan zo uit:

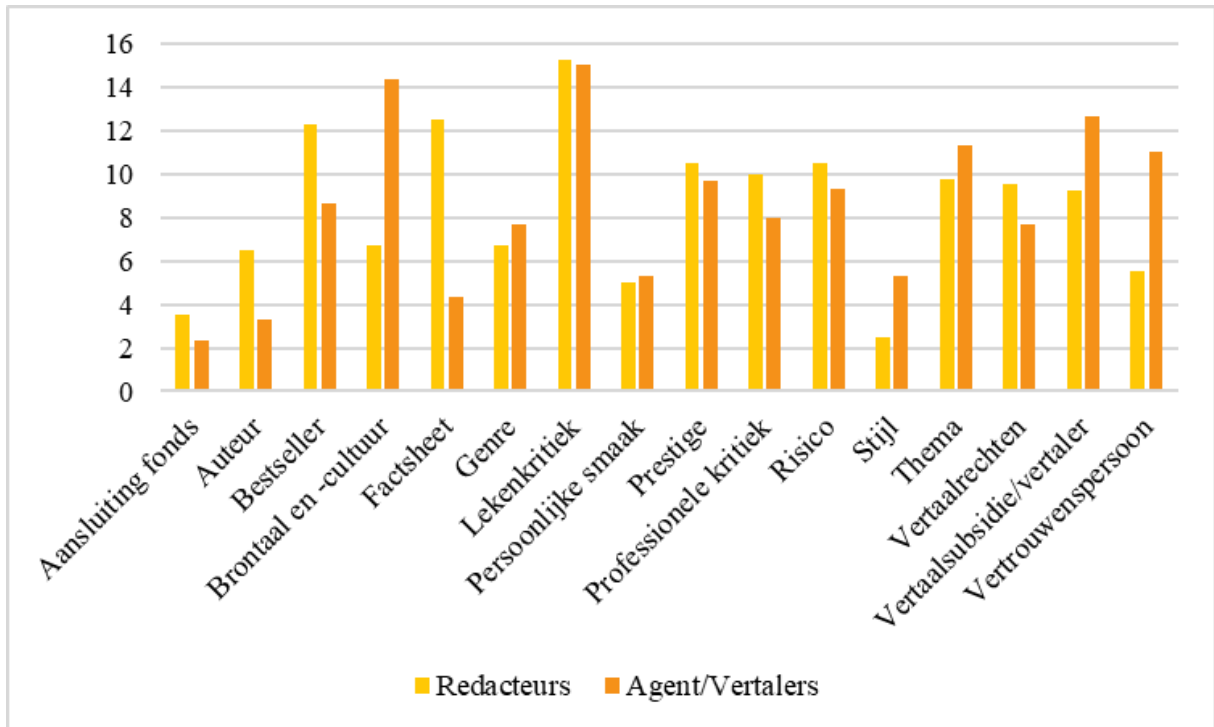


Figuur 2: Rangschikking gemiddelde alle interviews. 1 is gemiddeld het meest en 0 het minst belangrijk.

De vijf belangrijkste factoren zijn gemiddeld aansluiting bij het fonds, stijl, auteur, persoonlijke smaak en genre, en de minst belangrijke factoren vertaalsubsidie en lekenkritiek. Gemiddeld zijn de interne factoren bij het kiezen van een boek bijna twee keer zo belangrijk (gemiddelde van 5,81) dan de externe factoren (gemiddelde van 11,19).

Tot slot heb ik de rangschikkingen van de redacteurs met die van de vertrouwenspersonen, de vertalers en de agent vergeleken (zie Figuur 3 hieronder). Over het algemeen is de inschatting van de vertalers en de agent vrij goed, ook zij verwachten dat de aansluiting bij het fonds, de auteur, de persoonlijke smaak en de stijl heel belangrijk zijn en dat lekenkritiek, het thema en prestige minder belangrijk zijn. Grotere verschillen zijn dat redacteurs zeggen brontaal en -cultuur en de vertrouwenspersoon gemiddeld belangrijker te vinden dan de vertalers en agent inschatten, terwijl ze de publicatiedatum en het aantal pagina's (factsheet) en de bestseller juist minder belangrijk vinden dan de vertalers en de agent. Vooral het

verschil in factsheet is opmerkelijk: blijkbaar denken de vertalers en de agent dat de publicatiedatum en/of de dikte van een boek doorslaggevende factoren zijn, terwijl de redacteuren aangeven dat die factoren nauwelijks een rol spelen.



Figuur 3: Vergelijking rangschikkingen gemiddelde redacteuren met agent/vertalers

## 5.2 Analyse van de open vragen

### 5.2.1 Het huidige literaire veld

Omdat mijn centrale hypothese steunt op de aanname dat het huidige uitgeefklimaat in Nederland als lastig wordt ervaren door uitgeverijen van literaire fictie, heb ik aan de participanten gevraagd hoe zij de uitgeefwereld zien en hoe het er in Nederland voorstaat met literatuur. Mijn aanname werd bevestigd door de redacteurs die zeggen dat veel uitgeverijen onder druk staan. Tegelijkertijd merkt R1, die onafhankelijk is juist dat het diens uitgeverij voor de wind gaat: ‘Wij hebben een ander bedrijfsmodel, dus wij kunnen met een kleinere



oplage prima leven.’ Ze geven ‘zo compromisloos proza uit als de markt toelaat’. Dit strookt met het antwoord van concernuitgever R4, die zegt verlies te maken bij een oplage van 1500 exemplaren, waar dat voor een kleine uitgeverij geen probleem vormt: ‘We merken dat de aantallen enorm teruglopen. De consument is minder loyaal aan auteurs. Voor vertaalde literatuur is het in de afgelopen twintig jaar zeker niet makkelijker geworden.’

De agent merkt op dat veel uitgeverijen bestsellerauteurs nodig hebben om overeind te kunnen blijven. Maar ‘de bestsellerrace wordt steeds intensiever en het leven van boeken steeds korter’. Naast bestsellers kan het ook helpen als een uitgeverij een goedlopende backlist heeft, bevestigen R1, R3 en R4. R2, die zegt nog geen goedlopende backlist te hebben, vertelt dat Uitgeverij 2 een steeds commerciëlere richting inslaat en verwacht dat dat voor alle uitgeverijen geldt, ‘voor de kleine misschien niet zozeer als voor de concerns, maar je ziet het wel’.

De participanten geven verschillende redenen voor de veranderingen in de markt. Een aantal van hen verwijst bijvoorbeeld naar de toename van mensen die Engelstalige boeken kopen. Dat leidt ertoe dat er meer wordt vertaald uit andere talen, wat dan weer ‘ongunstig’ is voor (onafhankelijke) uitgeverijen die zich sowieso al in het Exotic-Languages-segment bevonden, zoals U3. Ook wordt de overname van VBK door de Amerikaanse uitgeefgigant Simon & Schuster als teken genoemd van het feit dat uitgeverijen het moeilijk hebben.

Verder zien een aantal geïnterviewden dat de verkoop van boeken terugloopt doordat mensen ‘een andere tijdsbesteding hebben gevonden’: vermaaksvormen zoals Netflix zijn volgens R3 heel geraffineerd geworden en vormen een reële concurrent voor het boek, waarmee R1 het dan weer niet eens is. Ondanks de terugloop van het aantal boeken dat wordt verkocht, wordt er juist meer gepubliceerd. En dat is ook ongunstig, omdat er is steeds minder ruimte voor (de recensies van) literatuur wordt gemaakt in kranten en op tv (R4). R2 merkt op

dat boeken tegenwoordig wel een vlucht kunnen nemen als ze worden opgepikt op social media. Tot slot wordt nog de ontleding genoemd onder de jongere generatie.

Op mijn vraag of de uitgevers naar de markt toe bewegen, krijg ik verschillende antwoorden. R3 noemt het uitgeven naar de lezer toe ‘bijzonder oninteressant’ en vindt dat we op zoek moeten naar verrassende boeken, ‘waarvan mensen op dit moment nog niet weten dat ze ze willen lezen’. R1 zegt dat het uitgeven van literatuur zich onderscheidt van bijvoorbeeld het maken van een serie, omdat je *niet* naar de markt toe hoeft, wat weliswaar niet betekent dat U1 anti-commercieel is, maar dat ‘wat je uitgeeft moet [wel] goed bij je passen’ en dat is dus iets anders dan dat het goed aansluit op de markt (vgl. R3). Een uitzondering op die houding vormt R2, die zich door de druk op literaire fictie bij acquisitie altijd afvraagt of die met een boek goed kan ‘inspelen op de behoeftes van het publiek van nu’. Dit sluit aan bij de focusverschuiving die Vimr opmerkte, namelijk naar de lezer toe (2022).

### 5.2.2 Redacteurs

De geïnterviewden hebben voorafgaand aan het rangschikken van de kaartjes al het een en ander over hun selectiemechanismen verteld. Het is interessant om de antwoorden op dit meer ongestructureerde deel van het interview en (de reflectie op) de rangschikking over elkaar heen te leggen. Welke dingen komen er overeen en aan welke, mogelijk niet beschreven factoren hechten de geïnterviewden belang, nog vóór er sprake is van het moeten rangschikken van de zestien factoren?

Redacteur 4 beantwoordde mijn hoofdvraag door al factoren te rangschikken, zonder te weten dat ik dat daarna van hen zou vragen:

Als ik het op volgorde zou moeten zetten, zou ik zeggen dat de scout het belangrijkste is, daarna de agent, omdat die een deelvertaling<sup>8</sup> meestuurt en laat zien aan wie het verder in het buitenland

---

<sup>8</sup> Het gaat hier om een Engelse proefvertaling, soms met AI gemaakt.

is verkocht. Als dat een indrukwekkende lijst is, is er vaak wel iets aan de hand. Daarna komt de vertaler. Als vierde kan het soms belangrijk zijn dat een boek is genomineerd voor een prijs. (R4)

Deze opsomming volgde op een uiteenzetting over de focus op het Engels als brontaal en waarom dat in het huidige uitgeefklimaat anders ligt. We hadden het erover dat Uitgeverij 4 sinds een jaar of tien boeken uit talen aankoopt die de acquirerende redacteurs zelf niet kunnen lezen. Het is in dat opzicht dus niet zo vreemd dat alle factoren die de redacteur hier uit zichzelf noemt extern zijn: vertrouwenspersoon (scouts, agenten, vertalers), vertaalrechten verkocht en prestige (prijs). Hier valt op te merken dat er voor R4 ook een rangorde bestaat binnen de verschillende vertrouwenspersonen, omdat agenten alles wat ze sturen ‘even briljant’ vinden, terwijl scouts een kleine selectie maken van wat ‘echt de moeite waard is om te bekijken’. In de rangschikking kwamen de genoemde factoren veel ‘hogere’ uit, namelijk op respectievelijk plek 12, 11 en 14.

Andere factoren die de redacteur voorafgaand aan de rangschikking noemde zijn vertaalsubsidies (die voor sommige Engelstalige boeken niet beschikbaar zijn, maar voor andere talen wel), brontaal en -cultuur en de keuzes van concurrenten (‘Als een boek uit Spanje komt en \*bepaalde uitgeverijen die veel Spaans doen\* kopen het *niet* aan, dan ga ik ervan uit dat het wel niks zal zijn’).<sup>9</sup> Die factoren zijn net als de voorgaande extern.

Toch besluit R4 dat het kunnen lezen van een boek ‘heel fijn’ is: ‘Ook al krijg je nog zulke goede rapporten en lees je dat een boek een prijs heeft gewonnen of heel mooie recensies heeft gekregen, dan nog kan het moeilijk zijn om de stap te zetten om ergens daadwerkelijk voor te gaan.’<sup>10</sup> Deze conclusie over het selectieproces en de factoren die een rol spelen, bevestigt dat de externe factoren R4 weliswaar helpen om een keuze te maken, maar dat ze niet per se de doorslag geven. Dat de redacteur de boeken graag zelf leest, spreekt voor het

---

<sup>9</sup> Opvallend is dat de redacteur brontaal en -cultuur zo hoog rangschikt, namelijk op plek 4, terwijl de opmerking die die in het begin van het interview maakte ‘land van herkomst maakt niet zoveel uit’ was.

<sup>10</sup> Let wel, de vraag die aan R4’s antwoord voorafging was tamelijk sturend: ‘Stel dat jullie redacteurs hadden die Japans of Spaans lazen, dan zou er ook uit die talen worden geacquireerd. Ik bedoel dat niet per se als iets negatiefs, omdat het me heel goed lijkt om iets te lezen voor je het aankoopt.’

belang van de interne factoren, zoals de stijl en het thema van het boek en de persoonlijke smaak van de redacteur.

Nadat R4 op eigen initiatief de bovengenoemde factoren noemt, vertelt die over een boek dat die onlangs heeft aangekocht, waarvan die geen idee heeft hoe het zal verkopen. Hier lijkt de belangrijkste reden voor het uitgeven dan toch dat het ‘een prachtig boek’ is. Dat betekent heus niet dat het toeval is dat het boek in kwestie voor een belangrijke prijs genomineerd was; veeleer maakte de nominatie de redacteur erop attent dat het boek überhaupt bestaat. Sommige, met name externe factoren, spelen waarschijnlijk met name een rol bij de eerste stap van de selectie, het filteren van alle boeken die gemaakt worden tot een gecomprimeerde versie van de internationale boekenmarkt. Pas dan kan er worden gekeken naar het boek zelf, naar de auteur, de stijl en de aansluiting bij het fonds.

Ook op die laatste factor gaat R4 in. De redacteur meent dat het acquireren van boeken voor een deel willekeurig is: ‘Soms is het ook net waar je ruimte voor hebt; je bent een nieuwe aanbieding aan het maken en je mist bijvoorbeeld nog een debutant omdat je tot nu toe alleen maar schrijvers hebt die iedereen al kent.’ De aansluiting bij het fonds is in dat geval dus heel praktisch: het gaat erom of de boeken die je aanbiedt genoeg van elkaar verschillen. Dat klinkt misschien tegenstrijdig, maar je wilt als uitgeverij natuurlijk niet dat je boeken met elkaar concurreren, om die reden zullen uitgevers van vertaalde literatuur niet snel een aanbieding vullen met boeken die allemaal heel erg op elkaar lijken, ook in verband met de pers. R4 zegt vooral op momenten dat er een gat in de aanbieding zit naar boeken te kijken die al in andere landen verkocht zijn, die een prijs hebben gewonnen of die heel goed zijn ontvangen.

Interessant is wat R4 daarna zegt: ‘Maar ik denk dat willekeur een grote rol speelt. En persoonlijke smaak toch ook wel. Niet dat ik alleen boeken aankoop die ik zelf geweldig vind, maar je ontwikkelt door de jaren heen wel een idee van wat wel of niet werkt in Nederland.’

Daarmee lijkt R4 diens persoonlijke smaak en wat ‘werkt’ in Nederland aan elkaar gelijk te stellen. En beantwoordt daarmee de hamvraag: wat werkt er in Nederland? Misschien inderdaad ‘toegankelijk, verhalend literair’, ‘breder, grootser opgezette verhalen, die je in het verhaal meesleuren’ en ‘literair en enigszins plotgedreven [boeken]’.

Daarvan vormen ‘de kleinere experimentele boekjes’ die R4 in diens vrije tijd graag leest, de tegenhanger. In aansluiting daarop zegt de redacteur dat de verkoop van nieuwe stemmen ‘bijvoorbeeld uit de queer gemeenschap’ moeizaam loopt, wat impliceert dat de vertrouwdheid van de lezer met een auteur (bekende stemmen), naast de vertrouwdheid met een tekst (namelijk niet experimenteel maar toegankelijk) een belangrijke factor is als het gaat over het verkopen van boeken in Nederland.

Een paar factoren noemt R4 nog voordat die de kaartjes rangschikt, dingen die die zelf als ‘praktische bezwaren’ bestempelt: de dikte van het boek (factsheet), de leeftijd van de auteur, en wie de rechthebbende uitgeverij is. Samenvattend bespreekt R4 tien van de zestien factoren expliciet: aansluiting bij het fonds, auteur, brontaal en -cultuur, factsheet, persoonlijke smaak, prestige, professionele kritiek, vertaalrechten verkocht, vertaalsubsidies en vertrouwenspersoon, en daarnaast wordt ook het doorslaggevende belang van interne factoren zoals stijl geïmpliceerd. Factoren die buiten het kaartjessysteem vallen, maar die wel door de redacteur worden genoemd, zijn het belang van wie de rechthebbende uitgeverij is en de keuzes van concurrerende uitgeverijen.

Redacteur 2, die net als R4 bij een concernuitgeverij werkt, noemt meteen aan het begin van ons gesprek het belang van contact met buitenlandse redacteurs, wat onder de factor Vertrouwenspersoon valt. Deze redacteurs hebben vaak een vergelijkbare smaak als R2, dus de persoonlijke smaak weegt ook mee. Net als R4 noemt R2 dat de tips van een internationale collega betrouwbaarder aanvoelen dan de pitches van een agent, omdat ze niet gemoeid zijn

‘met enig economisch belang’. Als ik vraag of dat ook voor tips van vertalers geldt, zegt R2 dat die juist heel graag pitches van vertalers ontvangt.

R2 noemt verdere factoren op door te zeggen dat die graag uit zoveel mogelijk verschillende talen uitgeeft, waaronder ook zeker de ‘kleinere talen’ zoals de Scandinavische talen, het Spaans en het Japans. Behalve de vertrouwenspersoon, de persoonlijke smaak en de brontaal en -cultuur, speelt voor R2 ook de thematiek van een boek een belangrijke rol: ‘boeken die ingaan op recente maatschappelijke ontwikkelingen, zonder dat het *current affairs* wordt.’ De redacteur verduidelijkt dit nog door te zeggen dat die probeert in te spelen op de behoeftes van zowel het oude als het nieuwe lezerspubliek, die zich globaal in verschillende genres interesseren, waardoor het interessant kan zijn om een ouder genre als de historische roman te combineren met het nieuwere romancegenre.

R2 zegt verder dat het bij vertaalde fictie moeilijker is om een trouwe achterban voor de auteur te creëren. Ook voor Redacteur 3 is de auteur een factor, hoewel het belang van het persoonlijke contact met de vertaalde auteurs voor hen eerder te maken heeft met de aansluiting bij het fonds, met de verbondenheid tussen de auteurs. R3 hoopt namelijk dat de vertaalde auteurs een soort *extended family* worden, van mensen die iets te melden hebben. Naast de inhoudelijke aansluiting op het fonds, impliceert R3 ook het belang van praktische aansluiting. Als je te veel uitgeeft, kun je de kwaliteit van je fonds niet garanderen.

R3, die onafhankelijk is, vertelt daarnaast over het belang van vertaalsubsidies, in ieder geval bij het uitgeven van een dikke pil. R3 stelt vast dat dergelijke manieren om de vertaalkosten te drukken vooral een rol spelen bij vertalingen uit het Engels, vanwege de genoemde stijging van mensen die de Engelse uitgaves lezen: ‘Kun je nagaan dat het al zover is gekomen dat we heel serieus een boek afwijzen omdat het te dik is, maar dat de kaarten op het moment dat er een subsidiegever in beeld komt, anders worden geschud.’ R3 vertelt daarna over diens vertrouwenspersonen: scouts, maar vooral ook buitenlandse

collega-uitgevers. Net als R4 merkt ook R3 op dat het heel waardevol is om boeken in de brontaal te kunnen lezen en dat als dat niet gaat, je wel *moet* vertrouwen op het oordeel van scouts, agenten, vertalers.

Op de vraag wat voor boeken Uitgeverij 3 uitgeeft, antwoord R3 dat ze op zoek zijn naar kwaliteit. Dat betekent onder meer dat ze geen genrefictie doen, wat impliceert dat het genre in de enge zin van het woord (namelijk het inhoudelijke en niet het literaire genre) geen belangrijke factor vormt bij het acquireren. Dat het literaire genre wél een rol speelt, blijkt uit het feit dat de redacteur anders naar zogenaamde ‘kweekvijverboeken’ kijkt, bijvoorbeeld auteurs die weinig schrijven of die alleen maar korte verhalen doen. Het literaire genre is dan geen reden om het boek af te wijzen, maar het moet wel bij het fonds passen: ‘Je compenseert zulke auteurs altijd met boeken waarvan je een inschatting maakt [dat ze het goed zullen doen].’ R4 heeft het in dat verband over ‘interne subsidiëring’: ‘We moeten genoeg tegenover de kleine boekjes kunnen zetten. Een \*verhalenbundel uit een kleine taal\* moet je ook een beetje verdienen. Je moet eerst iets vinden dat het goed doet, zodat je daarna ruimte hebt om het kleine te proberen.’

R3 zegt op zoek te zijn naar auteurs met wie ze een boek kunnen máken, ‘een jong iemand die veel verhalen in zich heeft’, vergelijkbaar met R4’s opmerking geen bejaarde auteurs te willen uitgeven, omdat die op zoek is naar een oeuvre of, zoals R2 het later in het interview noemt, een *authorship*.

R3 kijkt daarnaast naar boeken die ‘verder gaan dan het strikt persoonlijke’, het thema maakt dus wel uit en ‘meervoudige thematiek’ is fijn. Hoewel de uitgever dan weer niet op zoek is naar plotboeken en al helemaal niet naar pamfletten: ‘Het moet gewoon een goed verhaal zijn.’ Behalve de dikke pil die R3 in het begin van het interview noemt, heeft die het ook over een ander aspect van de factor die ik Factsheet heb genoemd: de publicatiedatum. R3 zegt het namelijk heerlijk te vinden om klassiekers uit te geven en auteurs ‘uit de

vergetelheid te kunnen ontrukken'. Interessant wel, omdat de geïnterviewden, waaronder ook R3, de publicatiedatum in een later stadium van het interview eerder als negatieve factor bespreken: die mag om verschillende redenen juist niet te ver in het verleden liggen.

Samenvattend bespreken de redacteurs de volgende factoren die een rol spelen: aansluiting bij het fonds, auteur, bestseller, brontaal en -cultuur, factsheet, genre, persoonlijke smaak, prestige, professionele kritiek, thema, vertaalrechten verkocht, vertaalsubsidies en vertrouwenspersoon, naast de keuzes van concurrenten en het fonds van de rechthebbende uitgeverij die het boek aanbiedt. Factoren die niet worden genoemd zijn risico en lekenkritiek en naar stijl wordt slechts impliciet verwezen.

### 5.2.3 Vertalers en agent

Ook in de interviews met de vertalers en het interview met de agent ging het vóór het rangschikken van de kaartjes al over factoren die meespelen bij het acquireren en/of pitchen van vertaalde fictie. Zo heeft Vertaler 1 het over de rol van toeval bij de vraag of een boek wordt uitgegeven, over het belang van de traditie van het fonds (grappige boeken voor een uitgeverij die veel grappige boeken doet), de praktische aansluiting bij het fonds (bijvoorbeeld een beperkt budget), en het belang van brontaal en -cultuur (een boek dat het in Duitsland goed doet hoeft het in Nederland nog niet goed te doen). Aansluitend op de traditie van het fonds, vond V1 toen die een boek pitchte aan een uitgeverij het genre belangrijk. In dit geval ging het om een misdaadachtig boek voor een thrilleruitgeverij, genre dus in de enge zin van het woord en niet het literaire genre.

Vertaler 2 geeft aan dat die wanneer die een vertaalopdracht krijgt alert is op de naam van de auteur en op goede recensies en ook eerder geneigd is om een opdracht aan te nemen als de redacteur zegt dat het een prachtig boek is. Het komt dus ook voor dat een uitgeverij een boek



aan een vertaler pitch, of zoals we later in het interview ontdekten, een vertaler aan het Letterenfonds wanneer die een werkbeursaanvraag moet motiveren. Wat de criteria voor een prachtig boek zijn, is dan misschien niet duidelijk, maar het heeft hoogstwaarschijnlijk wel te maken met tekstinterne eigenschappen, terwijl ‘een goede recensie’ een externe factor is. Recensies spelen ook volgens V1 een rol, ze dragen bij aan de hype van een nieuw boek en maken je als vertaler maar ook als redacteur nieuwsgierig.

V2 blijkt zelf nooit boeken te pitchen, wat ligt aan diens werktaal, het Engels. Dat heeft hier volgens mij minder te maken met de categorie Brontaal- en cultuur en vooral met het Factsheet, de publicatiedatum, die bij vertalingen uit het Engels eigenlijk nog het liefst vóór de publicatie van het originele werk moet liggen. V2 geeft aan dat als die wel boeken (‘iets heel moois’) zou pitchen, die dat dan bij \*een bepaalde kleine uitgeverij\* zou doen, omdat die uitgeverij zo goed is voor vertalers. Ze geven ‘een bijzonder soort boeken’ uit. De factoren die een rol spelen voorafgaande aan het eventuele pitchen van een boek zijn dus ook eerder intern, hoewel de vertaler het ook over het belang van een goede recensie heeft. De interne en externe factoren verschillen van de door V1 genoemde, namelijk genre en aansluiting bij het fonds tegenover thema, auteur, stijl en factsheet. Beide vertalers halen het belang van professionele kritiek aan.

De agent heeft het in ons interview over de balans in het fonds, vergelijkbaar met Redacteur 3 die het over compensatie had: kweekvijverauteurs versus paradepaardjes. A1 heeft het in dat opzicht over het belang van de bestseller om ook de kleinere boeken uit te kunnen geven. Verder merkt A1 op dat boeken ook inhoudelijk bij het fonds moeten passen: ‘Je hoeft een literaire uitgeverij geen *pulp fiction* te sturen.’ Daarnaast zijn het genre en het thema belangrijk, een thema kan precies aansluiten bij de tijdsgeest op dat moment of past juist niet bij het Nederlandse doelpubliek, wat ook te maken heeft met de broncultuur.

A1 noemt ook een factor die niet op een kaartje staat, namelijk de marketingmogelijkheden bij de rechthebbende uitgeverij. Hoe de rechthebbende een boek in de markt zet, heeft volgens de agent dus uitwerkingen op de selectie door een Nederlandse uitgeverij. De marketing door de rechthebbende heeft namelijk invloed op de verkoop van het boek en daarmee op de bestsellerpotentie, op de doelculturele pers en op social media. Wat ook een rol kan spelen is of het boek al is verkocht aan andere landen: ‘Als een boek alleen naar Korea verkocht is, wordt de kans dat je het hier kunt verkopen heel klein. Maar als het aan een paar grote landen is verkocht, zijn mensen veel meer geneigd om een boek serieus te gaan bekijken.’

De agent vertelt over wat die merkt wanneer die een boek pitcht: ‘Als iemand zegt net iets vergelijkbaars te hebben aangekocht van auteur x, weet je meteen dat die titel het bij die uitgeverij niet gaat worden.’ Dit valt onder Aansluiting bij het fonds (en mogelijk ook Stijl, Thema, Auteur en andere factoren). Dat de agent het belang van vertrouwenspersonen hoog inschat, wordt niet expliciet gemaakt, maar staat buiten kijf. Zo vertelt A1 bijvoorbeeld over een boek dat die laatst voor het agentschap onder de aandacht van een uitgeverij bracht, die dat zonder de pitch ‘waarschijnlijk niet op haar radar had gehad’. Wat voor het succes van een pitch ook essentieel is, is hoe goed je de redacteurs kent, omdat ‘iemand's persoonlijke smaak altijd meespeelt’.

Een factor die niet op een kaartje staat, maar die je eventueel onder Risico zou kunnen scharen, is de auteur die al eerder in Nederlandse vertaling is verschenen. Dat heeft er mee te maken dat wanneer een uitgeverij met een auteur stopt, dat waarschijnlijk betekent dat deze niet goed verkocht in Nederland, waardoor de drempel om hen te herintroduceren heel hoog ligt. Hoewel er ook uitgevers zijn die zeggen zo'n tweedehands auteur vooral liever niet willen, omdat ze het veel leuker vinden om nieuwe stemmen te introduceren, zoals R1.

Samenvattend noemen de vertalers en de agent de volgende factoren die bij acquisitie een rol spelen, voor henzelf dan wel voor uitgevers, overigens zonder ze hiërarchisch te ordenen:

aansluiting bij het fonds, auteur, bestseller, brontaal en -cultuur, factsheet, genre, persoonlijke smaak, professionele kritiek, risico, thema, vertaalrechten verkocht en vertrouwenspersoon. Factoren die niet worden genoemd zijn prestige, vertaalsubsidie en lekenkritiek en naar stijl wordt net als bij de redacteurs enkel impliciet verwezen.

### 5.3 Analyse van de toelichting op de rangschikking

Na afloop van het introducerende deel van het interview, waarin de meeste geïnterviewden de hoofdvraag al gedeeltelijk beantwoordden, was het de bedoeling dat ze de kaartjes zouden rangschikken. Helemaal gelukt is dat helaas niet, behalve bij Redacteurs 1 en 4 en bij de agent. Desalniettemin maakten ook R2 en R3 van de kaartjes gebruik om ze te situeren binnen hun acquisitieproces, in de trant van ‘dit is (niet) belangrijk, omdat’, in plaats van ‘dit is belangrijker dan dat, omdat’. Aangezien alle geïnterviewden een dergelijke toelichting hebben gegeven, zijn deze resultaten mogelijk nuttiger dan de rangschikkingen op zichzelf. In zekere zin is het *niet* maken van een rangschikking ook eerlijker, omdat alle redacteurs het erover eens waren dat er niet maar één volgorde mogelijk is.

#### 5.3.1 Zeer belangrijke factoren: aansluiting fonds, stijl, persoonlijke smaak en auteur

##### 1. Aansluiting bij het fonds

De categorie ‘aansluiting bij het fonds’, zo maakte ik op uit de interviews, wordt door vertalers veeleer als een ‘goedkoop smoesje’ geïnterpreteerd om een boek af te wijzen dan dat het daadwerkelijk inzicht verschaft in de selectiemechanismen van een redacteur. Dergelijke afwijzingen van een pitch zouden ertoe kunnen leiden dat vertalers er in het vervolg van afzien een boek aan te bevelen, zoals bij Vertaler 1 het geval was.

De factor ‘aansluiting bij het fonds’ werd door alle redacteurs inderdaad als heel belangrijk beschouwd, maar de vraag is dus wat het nu eigenlijk zegt. Een boek kan namelijk op veel verschillende manieren niet aansluiten bij het fonds, bijvoorbeeld omdat het niet literair genoeg is, of juist te literair, omdat een uitgeverij een bepaald genre niet doet, omdat er dat jaar al te veel boeken zijn aangekocht (in dezelfde taal of hetzelfde genre), of simpelweg omdat er geen budget voor is. R3 heeft het in dat verband over de ‘logica van het fonds’ dat als het ware zelf bepaalt wat je volgende aankoop wordt. Een aantal redacteurs linkt de identiteit en de mogelijkheden van hun fonds direct aan de potentie van een boek, zoals R2 over een lievelingstitel die (om wat voor reden dan ook) niet bij de uitgeverij paste: ‘We hebben niet de verkoopkracht om zo’n boek goed in de markt te zetten’. R1 legt uit dat wanneer uitgeverijen boeken die niet bij hen passen ‘met veel geweld’ uitgeven, bij een andere groep lezers uitkomen, waardoor ze mogelijk ook lezers verliezen.

Een betere categorie zou kunnen zijn de ‘traditie van de uitgeverij’, omdat de synchrone aansluiting bij het fonds eigenlijk een gegeven is dat voor alle uitgeverijen wel geldt, terwijl het belang van een diachrone aansluiting per uitgeverij zomaar heel erg zou kunnen verschillen. De categorie is dus niet alleen op semantisch, maar ook op methodologisch vlak te vaag gebleken.

## 2. Stijl

Stijl is voor alle redacteurs een zeer belangrijke factor. Voor R1 is de stijl belangrijker dan het plot, het gaat erom of een boek goed geschreven is. Op mijn vraag wat ‘goed geschreven’ inhoudt, antwoordt de redacteur dat de stijl ‘heel eigen’ moet zijn en daardoor herkenbaar: ‘Het moest juist een beetje afwijken van de Schrijversvakscholen.’ De stijl is voor Uitgeverij 1 dan ook de bindende factor, hetgeen bepaalt of een boek aansluit bij het fonds. De stijl moet afwijken van de rest. Dit sluit aan bij de verwachting dat onafhankelijke uitgeverijen

*trees*-keuzes maken, keuzes die leiden tot diversiteit. R1's criteria aan stijl komen tevens overeen met diens persoonlijke smaak: iets is goed omdat het afwijkt van de norm. Tot slot betekent een goede stijl meer kans op het winnen van een prijs.

Voor R2 is stijl de belangrijkste selectiefactor: 'Al is er nog zoveel *buzz* om een titel, al wordt er nog zoveel van verwacht, als [de stijl] me koud laat, kan ik er als redacteur niet achter staan.' Juist omdat de redacteur voor een concernuitgeverij werkt, moet die voor diens favoriete titels 'vechten'. Als R2 het een perfecte titel vindt, laat R2 hem niet meer los. Ook aan hen vraag ik wat een goede stijl is, diens antwoord lijkt erg op dat van R1, want ook voor hen moeten titels 'van het gemiddelde afwijken' en 'echt uniek' zijn. Tussen stijl en plot moet volgens de redacteur een gezond evenwicht bestaan.

R3 zegt dat stijl voor hen altijd belangrijk is, maar dat die een heel brede smaak heeft: 'Als je merkt dat je ergens in meegezogen wordt, doet het thema er bijna niet meer toe. [...] Literatuur moet universele dingen beschrijven.' Naast boeken van auteurs die 'hun boek *zijn*' doet de uitgeverij ook boeken met een heel toegankelijke stijl.

R4 tenslotte vindt dat een goed boek stilistisch hoogstaand moet zijn. 'Soms zijn het auteurs die alleen maar korte zinnnetjes schrijven of zinnen van twee pagina's. Ik heb daar niet echt een duidelijke regel, behalve dat de stijl moet passen bij het verhaal dat verteld wordt.' Dit sluit aan bij de stijlopvatting van R3, die zegt zowel erg van dunne als van breed opgezette verhalen te houden, zolang je maar wordt meegezogen in het verhaal. R4 vindt verder dat de stijl van het vreemdtalige boek overdraagbaar moet zijn in het Nederlands – een boek dat grotendeels in dialect geschreven is, zou daardoor bijvoorbeeld afvallen.

Voor een van de boeken die V1 vertaalde, was de stijl, die V1 heel grappig en origineel vond, een belangrijke factor om het te willen pitchen. Door de aanwezigheid van de internetcultuur in het boek las de roman heel jong en actueel. Ook voor V2 is stijl

doorslaggevend, bij een literaire vertelling is het vele malen belangrijker dan het thema. Als V2 een boek aan het Letterenfonds ‘pitcht’ kijkt die dan ook vooral goed naar de stijl.

Ook de agent hecht waarde aan de stijl van een boek, maar ziet het als een samenspel met het genre en het thema. Eigenlijk net als R4, voor wie de stijl moet passen bij het verhaal. De stijl weegt voor de agent minder zwaar mee dan veel andere factoren en staat in de rangschikking pas op plek 11, wat er waarschijnlijk mee te maken heeft dat A1 diens persoonlijke smaak minder belangrijk vindt dan die van de uitgeverij: ‘Als een uitgeverij bijvoorbeeld niet van een bepaalde stijl houdt, zoals heel korte zinnen, dan zal ik het niet pitchen.’

#### 3/4. Auteur

Het belang van de auteur hangt enerzijds samen met diens persoon, de auteur moet een eigen stijl hebben en is op een bepaalde manier diens tekst. En de auteur is volgens R1 en R4 ook heel erg de uitgeverij: ‘We hebben een duidelijk idee van wat een Uitgeverij 4-auteur is. Je hebt een bepaald gevoel bij een auteur, dat is dat kwalitatief hoogstaande.’

R1 voegt daaraan toe dat die meestal auteurs kiest die ‘uit de periferie komen’ en niet uit de stad, zogenaamde ‘zonderlingen’. Dat is dus op zich een positieve factor: de identiteit van de auteur als reden om een boek te acquireren, hoewel het bij R1 geen bewuste tendens lijkt, in tegenstelling tot R4, die zegt waarde te hechten aan de diversiteit binnen hun fonds: ‘Toen ik hier begon was het een mannelijk, wit fonds.’ De identiteit van de auteur lijkt door uitgevers ook te worden gelinkt aan die van de vertaler, zo zegt V1: ‘Tot nu toe zijn alle boeken die ik heb vertaald geschreven door vrouwen. Dat lijkt me geen toeval.’ Verder vermoedt V1 ook dat wanneer een auteur een migratieachtergrond heeft, dat als iets positiefs kan worden gezien, ‘vanwege het belang van meer diversiteit in de literatuur’.

Daar staat de negatieve factor leeftijd tegenover: redacteurs hebben liever een jongere auteur, zodat ze naar eigen zeggen een oeuvre kunnen uitgeven, in plaats van eenmalige successen. Of R2 die de bekendheid van de auteur waardeert in de zin dat er aan het uitgeven van onbekende auteurs meer risico vastzit: als het boek dan ook nog heel dik is, wordt het uitgeven van een onbekende auteur te duur. Ook V2 denkt dat ‘een bekende auteur’ een reden is om een boek te acquireren. Het willen uitgeven van een bekende auteur lijkt een beetje in strijd te zijn met het willen van een jongere auteur. Waarschijnlijk willen de redacteurs de balans in hun fonds bewaren: auteurs met ‘een lange aanloop’ én auteurs die consequent redelijk goed verkopen.

#### 3/4. Persoonlijke smaak

Volgens R1 is het zeker als onafhankelijk uitgever ‘fijn om dingen uit te geven die je zelf mooi, interessant of de moeite waard vindt. Dat kan verschillende redenen hebben, want je bent zelf ook niet altijd hetzelfde.’ R2 zegt diens persoonlijke smaak achter zich te laten, maar luistert tegelijkertijd wel heel goed naar diens ‘innerlijke stem’. Volgens de redacteur zit er tussen hen en de uitgeverij wat smaak betreft een grote kloof.

R3 voert een andere reden aan waarom persoonlijke smaak zo belangrijk is: ‘Tussen de aankoop en het moment dat het boek in de boekhandel ligt, zit tenminste anderhalf jaar. Je moet het initiële enthousiasme kunnen vasthouden.’ Ook voor de vertalers is persoonlijke smaak erg belangrijk wanneer ze een boek zouden willen vertalen, maar V2 zegt ook dat geld voor uitgevers belangrijker is dan smaak. R4 zegt dat je persoonlijke smaak altijd meeweegt, en dat die ‘ook in de selectie van het thema en de auteur besloten zit’. Het laten meewegen van de eigen smaak lijkt voor de redacteur iets dat voorkomen dient te worden, maar ‘het gebeurt af en toe toch’.

De agent ziet de persoonlijke smaak wel als één van de doorslaggevende factoren, maar dan niet diens eigen smaak. Dat heeft ermee te maken dat A1 boeken pitcht aan veel verschillende mensen met uiteenlopende voorkeuren, waardoor die zich door diens eigen smaak ‘niet zo snel meer laat afschrikken’.

### 5.3.2 Overwegend belangrijke factoren: genre, vertrouwenspersoon, vertaalrechten, factsheet

#### 5. Genre

R1 heeft genre het hoogst in diens rangschikking staan. De reden daarvoor is dat een boek, om bij Uitgeverij 1 uitgegeven te worden, fictie moet zijn. De redacteur begrijpt genre dus in eerste instantie als een breed onderscheid tussen fictie en non-fictie. Het belang van het genre komt voor R1 voort uit een chronologische rangschikking: als het geen fictie is, wordt er verder niet naar gekeken.

R2 gaat niet specifiek op het genre in, behalve dat die aangeeft een boek van een auteur die al eerder in een ander genre gepubliceerd heeft, gemakkelijker aan te kopen. Voor die redacteur heeft genre dus ook te maken met risico. R3 interpreteert de genrefactor weer anders: die heeft het over genrefictie, waaronder bijvoorbeeld thrillers, romance en sciencefiction vallen, en dat de uitgeverij zulke titels niet doet omdat ze overwegend literaire fictie uitgeven.

R4 heeft genre nog steeds vrij hoog staan, op plek 5, maar zegt daarover dat dat eigenlijk een negatieve selectiefactor is, omdat de uitgeverij veel genres simpelweg niet doet. Net als R3 wijst R4 genrefictie af, ‘tenzij het heel literair is’. Omdat Uitgeverij 4 een concernuitgever is, worden dergelijke titels doorgeschoven naar de andere fondsen. Aan R4 heb ik gevraagd of die onderscheid maakt tussen verschillende literaire genres: romans, kortverhalen, poëzie. Daarop antwoordt die dat de uitgeverij heel terughoudend is in het aankopen van poëzie en



kortverhalen, omdat het ‘gewoon heel lastig is om dat te verkopen’, ook vanwege de hoge vertaalkosten voor poëzie.

Ook de vertalers benoemen genre als iets doorslaggevends, omdat het bijvoorbeeld ‘geen nut heeft om een thriller aan te dragen bij een uitgeverij die alleen maar romance doet’, zo Vertaler 1. Hier gaat het dus over een onderscheid tussen verschillende soorten genrefictie, inhoudelijke genres in plaats van literaire genres. Vertaler 2 zegt over genre dat het belang ervan afhangt van het fonds van de uitgeverij, wat past bij R1’s opmerking dat de factor Aansluiting bij het fonds ‘met genre te maken heeft’.

De agent tot slot sluit zich bij V1 aan door te zeggen dat je een literaire uitgeverij geen pulp hoeft te sturen. Volgens de agent horen genre, stijl en thema bij elkaar, omdat ze alle drie bij een uitgeverij moeten passen. A1 bevestigt daarmee het vermoeden dat de categorie Aansluiting bij het fonds te breed opgezet is.

## 6. Vertrouwenspersoon

De belangrijkste externe factor voor drie van de vier redacteurs is de vertrouwenspersoon. Dit is in lijn met de resultaten van Franssen (2021) en Vimr (2020), die het belang van scouts, agenten en collega’s<sup>11</sup> zeer hoog inschatten, juist in een internationaal literair veld, waarin iedereen online met elkaar verbonden is. Hoewel Redacteur 4 de factor veel minder belangrijk rangschikt, zegt die in het ongestructureerde onderdeel wel dat die zelf niet in staat is om vijftig dingen op een dag te bekijken en dat het daarom ‘superhandig [is] om dat filteren uit te kunnen besteden’. Dat het belang van de vertrouwenspersoon zo hoog wordt ingeschat, in ieder geval door drie van de redacteurs, zou kunnen betekenen dat imitatie in het literaire veld

---

<sup>11</sup> R1 voegt hier nog de tips van mensen die niet in het veld zitten aan toe: ‘*Vertrouwenspersoon* is een brede term.’

de belangrijkste eenvormigheidsdynamiek, oftewel *wave* is. De andere dynamieken zijn normen en beperkingen.

Het viel me op dat beide vertalers inschatten dat redacteurs niet op hun aanbevelingen zitten te wachten, Vertaler 1 omdat die het gevoel heeft mensen lastig te vallen en Vertaler 2 omdat nieuwe boeken in diens werktal Engels, al door ‘zoveel lezers bekend worden gemaakt’. Tegelijkertijd beklemtoonden alle redacteurs juist dat ze graag aanbevelingen voor boeken krijgen, ook van vertalers. Een van de redacteurs gaf zelfs expliciet aan vertalers op social media te volgen, omdat de boeken die zij vertalen, meestal van kwaliteit zijn: ‘goede vertalers kiezen goede boeken uit om te vertalen’. Het gaat hier weliswaar om niet-Nederlandse vertalers, wat overigens niet per se betekent dat de redacteur in kwestie niet ook vertrouwt op de goede smaak van vertalers in het Nederlands, maar wat er waarschijnlijk vooral mee te maken heeft dat vertalers in het Nederlands, als ze al actief zijn op social media, eerder hun reeds gemaakte vertalingen delen dan nog onvertaalde boeken, zoals Vertaler 2, die social media inzet om *buzz* te creëren voor diens vertalingen. Het vertrouwen op het oordeel van vertalers valt onder het kopje ‘vertrouwenspersoon’, vergelijkbaar met het vertrouwen op hetgeen bepaalde buitenlandse uitgeverijen (in vertaling) uitgeven, een factor die tevens alle redacteurs noemden.

Afgaande op wat de redacteurs zeggen, zouden vertalers dus best vaker met tips mogen komen. Wel merken een aantal redacteurs op dat vertalers, als ze tenminste niet zelf ook werkzaam zijn binnen het uitgeverswezen, niet echt verstand lijken te hebben van de realiteit daarvan. Maar dat heeft er dan misschien weer mee te maken dat redacteurs de redenen om een boek *niet* in vertaling uit te brengen, niet snel prijsgeven. Redacteur 4 stelt voor dat je met mensen die tips geven over moet communiceren welke literatuur ‘urgent’ is en hoe dat verschilt van ‘iets gewoon heel mooi vinden’.

## 7. Vertaalrechten verkocht

Voor de geïnterviewden lijkt over het algemeen te gelden dat het aantal verkochte vertaalrechten er minder toe doet dan de uitgeverijen aan wie het verkocht is en de rechthebbende zelf, zeker als de buitenlandse redacteur een bekende is van de Nederlandse ‘en nog beter, als diegene de brontekst zelf heeft kunnen lezen’ (R4). Dat komt in principe overeen met mijn verwachtingen, maar ik verwachtte tegelijkertijd dat een vertaling in het Engels belangrijker zou zijn dan mijn resultaten laten zien. Die verwachting heeft te maken met het onderzoek van Johan Heilbron, die aangetoond heeft dat fictie uit ‘de periferie’ meer kans maakt om vertaald te worden in andere talen, als ze ook in het Engels is vertaald. (vergelijk bijvoorbeeld Van Es, Heilbron 2015) Ook de agent zegt al vóór het rangschikken dat een licentie naar Amerika ertoe kan leiden dat redacteurs serieus naar een boek gaan kijken. Redacteur 1 weerlegt dit: ‘Het hoeft niet per se Engels te zijn. De markten van bijvoorbeeld Frankrijk, Duitsland, Italië en Scandinavië lijken meer op die van ons. Europa is als markt belangrijker om ons mee te vergelijken dan Amerika.’ R4 noemt hetzelfde riedeltje landen op, maar geeft aan dat Nederland voorheen juist een van de koplopers was als het om de rechtenverkoop ging, terwijl er, nu de markt lastiger is, vaak wordt gewacht tot de rechten van een boek elders al zijn verkocht.

R2 zegt het wel heel interessant te vinden als de Engelse rechten zijn verkocht, maar merkt op dat er ook heel veel in het Engels wordt vertaald ‘dat vervolgens spoorloos verdwijnt’. Volgens R3 is het aantal verkochte vertaalrechten pas interessant wanneer je ermee naar de boekhandelaar gaat. Wel kijkt die actief naar wat collega-uitgevers in het buitenland doen: als een buitenlandse uitgeverij die dezelfde scout heeft als Uitgeverij 3 een boek aankoopt, is dat interessant – en ook wanneer ze iets juist *niet* aankopen. Beide vertalers vermoeden dat uitgevers de verkochte vertaalrechten als een belangrijke factor zien, die iets zegt over de

potentie van een boek. V2 koppelt de factor aan de Frankfurter Buchmesse, waar *buzz* rond kan gaan over een bepaald boek, waardoor het ineens heel snel kan gaan met de internationale licentieverkoop.

## 8. Factsheet

Met het overkoepelende factsheet vroeg ik de geïnterviewden naar het belang van twee zaken: de publicatiedatum en het aantal pagina's. Volgens de meeste geïnterviewden zijn geen van beide doorslaggevend. Als een boek heel dik is, kan het zonder vertaalsubsidie wel te duur worden. Hier vinden we ook de grens die R1 probeert op te zoeken: 'Als je een onbekende auteur uitgeeft en het boek is 900 pagina's lang, wordt het te duur.' En R2: 'Zeg nooit nooit [...] maar het is wel een hoge drempel. Ook dat boek met vijfhonderd pagina's was een moeilijke beslissing.' R2 vormt ook hier een beetje de uitzondering, omdat die echt op zoek is naar 'actuele titels', waarbij het heel belangrijk is dat een boek 'nieuw aanvoelt'.

Maar ook R4, die Factsheet in zijn rangschikking op de een-na-laatste plaats zet, heeft het in het begin van het interview over de urgentie van een boek, die voor hen niet uit een dergelijke pitch spreekt: 'ik vind het zo'n mooi boek en ik heb het in 1994 gelezen...'. Waar die urgentie hem dan precies in zit, vindt de redacteur moeilijk te zeggen. Voor een deel heeft het te maken met thema, wat aansluit bij mijn verwachting dat de actualiteit van een boek een rol speelt, dus zowel op het vlak van publicatie én wat betreft het thema, twee factoren die uiteraard met elkaar verband houden. V1 voegt daar nog de intermenselijke *buzz* aan toe, die zich ook in het verschijnen van recensies kan uiten: 'nieuwe boeken hebben vaak wel meer een soort hype'. Ook denk ik dat Vertaler 1 een goed punt maakt wat betreft het acquireren van oudere bestsellers: 'Ik geloof dat uitgevers het anders al wel waren tegengekomen.' Je kunt er best van uitgaan dat deze bestsellers inderdaad al vaak onder de aandacht van uitgevers zijn gebracht, zij het door uitgeverijen, agenten of scouts. Maar er zijn natuurlijk

ook boeken die nu misschien vergeten zijn, zoals van (vrouwelijke) auteurs die tijdens hun leven eerder onder de radar bleven. Zoals Redacteur 3 aangeeft, kan een oudere publicatiedatum in dat geval juist een pre zijn.

De rangschikking met de kaartjes komt in dit geval niet per se met de intuïtieve rangschikking van R4 overeen. Wat urgentie betreft staat de mening van V2 overigens haaks op die van R4: V2 gelooft niet in de idee dat een boek vertaald *moet* worden, omdat de wereld anders iets zou missen.<sup>12</sup>

Verder is de publicatiedatum bij vertalingen uit het Engels essentieel, die nog het liefst in de toekomst ligt. De consensus onder de redacteurs luidt desondanks ook hier: ‘*anything goes*’ (R3), terwijl de vertalers en de agent het belang van met name de publicatiedatum hoger inschatten, zeker bij bestsellers. Er is dus niet echt zoiets als dé houdbaarheid van een roman, omdat het afhangt van verschillende factoren of een boek nog ‘nieuw aanvoelt’ of juist als moderne klassieker kan gelden. Wel is er een tendens om vooral jonge literatuur te vertalen en dan hebben we het inderdaad over boeken van dit of komend jaar.

### 5.3.3 Minder belangrijke factoren: professionele kritiek, brontaal en -cultuur, risico, prestige

#### 9. Professionele kritiek

R1 vindt recensies belangrijk, maar bekijkt ze pas in een later stadium van de acquisitie, nadat hen een boek is aangeraden, terwijl het voor de vertalers juist ook de eerste reden kan zijn om een boek te gaan bekijken – dat verschil heeft er waarschijnlijk mee te maken dat vertalers meer recensies uit hun specifieke brontaalgebied lezen dan redacteurs die doorgaans niet al

---

<sup>12</sup> V2 noemt het factsheet ook in een ander verband, zonder het zo te noemen: ‘Ik neem aan dat [redacteurs] net als ik recensies lezen. Tenzij ze de rechten van een boek al zo vroeg kopen dat er nog geen recensies zijn gemaakt, omdat het boek nog niet uit is. Dan moeten ze afgaan op wat de buitenlandse uitgever zegt: de samenvatting en zo.’ Aannemelijk dus dat het factsheet bij de acquisitie van Engelse literatuur een betrekkelijk grote rol speelt, omdat uitgevers in Nederland het zich niet kunnen veroorloven om te wachten tot het boek gepubliceerd en dus gerecenseerd is.

hun brontalen beheersen en wellicht ook minder tijd hebben om ‘eindeloos’ recensies te zitten lezen. R2 en V2 merken verder dat de professionele kritiek lang niet altijd strookt met hun eigen leeservaring en R3 noemt een goede recensie een zwak argument om iets op aan te kopen. Volgens de agent neemt het belang van recensies onder de jongere generatie uitgevers af. En voor Engels geldt tot slot dat er op het moment van acquisitie vaak nog geen recensies zijn.

### 10/11. Brontaal en -cultuur

Alle redacteurs houden ervan om uit veel verschillende gebieden en ‘rare’ talen te vertalen. R1 drukt een voorliefde voor Oostenrijkers en Zwitsers uit, vanwege hun ‘verknipte’ schrijven, wat aansluit bij R1’s algehele hang naar zonderlingen. R2 zegt erg alert te zijn op Scandinavische boeken, omdat er ‘gewoon zoveel goeds uit Scandinavië komt’, en dat die literaire fictie zelden uit het Engels aankoopt ‘om de concurrentie te omzeilen’, vergelijkbaar met R4 die mede daarom maar ook vanwege de verengelsing van het Nederlandse literaire veld geleidelijk minder Engels acquireert, terwijl uit de verhalen van de onafhankelijke uitgevers naar voren komt dat ze de Nederlandse fixatie op het Engels/Amerikaans sowieso onzinnig vinden. R4 lijkt het daar in het begin van het interview niet mee eens te zijn als die zegt: ‘Voor het Nederlandse lezerspubliek zit veel herkenbaars [in de Anglo-Amerikaanse literatuur]. De pers begrijpt het goed, er worden films van gemaakt. [...] Als je kijkt naar de grote vertaalde bestsellers zijn het bijna altijd Amerikaanse of Britse schrijvers.’ De ambitie om uit andere talen en culturen te vertalen - die bij het bespreken van de rangschikking aan bod komt - lijkt in dit geval meer marktgestuurd. Maar dat is alles natuurlijk tot op zekere hoogte.

Ook R3 heeft specialisatiegebieden, maar benadrukt dat Uitgeverij 3 gedefinieerd wordt door een veelheid aan bronculturen. R1 en R4 lijken het als hun missie te zien om wat dat

betreft buiten de gebaande paden te treden. En dat betekent soms ook dat je nee moet zeggen tegen een boek in een taal waaruit je dat jaar al veel hebt vertaald: ‘Het is de zoveelste Amerikaanse debutant, die kunnen we wel even laten gaan.’ (R4) Ook de agent ziet dat boeken soms worden afgewezen op basis van het brontaalgebied: ‘In \*bepaalde landen\* zijn de boeken en de manier van vertellen geen match met de smaak van Nederlandse uitgevers.’ V2 kan zich voorstellen dat redacteurs een boek voor de Nederlandse markt bijvoorbeeld te Duits te vinden en geeft aan dat dat niet voor het Engels geldt.

### 10/11. Risico

Risico speelt voor de meeste redacteurs geen grote rol. Voor R2 is het bij een debuut wel belangrijk om te weten of de auteur al bezig is met iets nieuws, wat tevens samenhangt met de leeftijd van de auteur, die voor sommige uitgevers de selectie beïnvloedt. De redacteurs zien het ook als nadelig als een auteur al eerder in het Nederlands is verschenen. Het risico speelt daarnaast een rol bij het uitgeven van vertalingen uit het Engels.

R3 stelt voor ‘risico’ een alternatieve factor voor: ‘mogelijke ontdekking van een nieuwe auteur die over vijftien jaar belangrijk is’. R4 zegt dat het niet uitmaakt of een boek een debuut is, waar de agent merkt dat redacteurs vaak wel even afwachten wat een debuut gaat doen.

### 12. Prestige

Het winnen van prijzen zien de meeste redacteurs als een mooie bijkomstigheid, maar niet als een doorslaggevende factor. R1 ziet het doorgaans als een ‘kenmerk van kwaliteit’ en rangschikt het van de redacteurs het hoogst, maar ook die zegt geen winnaars aan te kopen alleen maar omdat het boek gewonnen heeft. R2 en R3 sluiten zich daarbij aan. R4 ziet een

nominatie voor een prijs eerder als iets dat je op een boek attendeert dan als een reden om een boek aan te willen kopen. Grote prijzen zijn belangrijker dan kleine (R2, V1), maar ook dan blijft het een loterij (R1) wie er wint.

A1 merkt dat prestige steeds minder belangrijk wordt, doordat die niet meer meteen een bod krijgt wanneer de winnaar van \*een bepaalde literaire prijs\* bekend wordt gemaakt: 'Prijzen hebben minder invloed. In Nederland kent de doorsnee lezer zo'n prijs niet.' V2 ziet juist dat uitgevers het winnen van prijzen heel belangrijk vinden: 'Prestige is heel belangrijk. Daar is hun literaire fonds ook voor, niet voor de verkopen.'

#### 5.3.4 Onbelangrijke factoren: thema, bestseller, vertaalsubsidie/vertaler, lekenkritiek

##### 13. Thema

Redacteurs vinden dat het thema in principe alles kan zijn (R1). R2 en R3 houden niet van pamfletten, 'waarin de boodschap ten koste gaat van de stijl en de toon' (R2), maar R3 ziet 'thema en bestsellerpotentie' wel als een overweging 'omdat je van de kleine boeken alleen niet kunt leven'. Dat suggereert dat het belang van thema, net als dat van de bestseller, bij grootschalige, commerciëlere literaire productie hoort. V2 bevestigt dat: 'Bij een mooie literaire vertelling draait het niet om het thema, maar om de stijl.'

Toch is thema niet onbelangrijk, redacteurs zijn wel degelijk alert op bepaalde thema's, zeker als die aansluiten bij de huidige maatschappij, zo wil R2 echt actuele titels, 'bijvoorbeeld voor jonge mensen die zich zorgen maken over het klimaat'. R3 werpt hiertegen in dat je op maatschappelijke thema's geen aankoopbeleid kunt baseren, omdat ze steeds veranderen: 'Goede literatuur is niet gebonden aan een tijd en een plek. Je herkent er misschien wel een tijd of plek in, maar het is nog steeds op elk moment van belang. Als je al te zeer in trends gaat denken, ben je, als je vertaalde literatuur uitgeeft, weg.' R4, die de factor



op plek 6 heeft staan, zegt: ‘We proberen als uitgeverij iets uit te dragen door boeken uit te geven over de grote thema’s van onze tijd.’ En het thema kan net als de brontaal een reden zijn om een boek af te wijzen, wanneer je al een boek over hetzelfde thema hebt aangekocht.

#### 14. Bestseller

Over deze factor zijn de meeste geïnterviewden het ondanks verschillen in de rangschikking met elkaar eens dat een bestseller enerzijds fijn en nodig is om ook de kleinere boeken uit te kunnen blijven geven, maar ze vinden vooral dat een bestseller in het buitenland absoluut geen garantie is voor een bestseller hier. Zo vertelt R3: ‘Ik heb bestsellers gekocht waarvan er in Duitsland drie miljoen verkocht werden, terwijl wij er met moeite drieduizend konden verkopen.’ Tegelijkertijd kan een bestseller wel een reden zijn om naar een boek te gaan kijken, ook voor R3. Voor de heel literaire uitgever R1 is een bestseller juist een reden om een boek af te wijzen, vermoedelijk omdat het dan niet uniek genoeg zal zijn. R2 ziet de bestseller op zich als iets positiefs, maar beschouwt het tegelijkertijd als een nadeel, omdat er daardoor hoger op het boek geboden zal worden.

#### 15. Vertaalsubsidie/vertaler

Redacteurs zeggen dat ze zich er over het algemeen niet door laten leiden of er vertaalsubsidie beschikbaar is, tenzij het een (omvangrijke) vertaling uit het Engels is – dan kan het zomaar het verschil maken, in ieder geval volgens R3. R2 en V1 vormen daarop een uitzondering, die noemen vertaalsubsidie ‘heel belangrijk’, zeker voor kleine uitgeverijen. Of een vertaler beschikbaar is, lijkt niet echt een factor, omdat de meeste redacteurs wel genoeg goede vertalers kennen. R1 noemt een goede vertaler wel ‘een keurmerk’.

## 16. Lekenkritiek

Door iedere geïnterviewde wordt de lekenkritiek als het minst belangrijk gezien. Dat wil echter niet zeggen dat het helemaal geen factor is. Opvallend is dat zelfs R1 aan het einde van het interview toegeeft een aantal lezers te volgen op *Goodreads*. R2 vindt *Goodreads* belangrijk, maar alleen bij commerciële fictie, wat impliceert dat er bij literaire fictie toch minder wordt geluisterd naar ‘het publiek van nu’, zoals R2 het eerder formuleerde.<sup>13</sup> Redacteuren merken op dat de recensies op dergelijke openbare websites vaak worden gemaakt door mensen aan wie die boeken – literaire fictie dus – niet besteed zijn, wat getuigt van een vrij elitaire houding ten opzichte van lezerskritiek. Conclusie: ‘Naar de lekenkritiek kijken we niet, behalve naar een paar.’ (R1)

### 5.4 Verschillen tussen de onafhankelijke en de concernuitgeverij

Een van mijn onderzoeksvragen was of een onafhankelijke uitgeverij zich door andere factoren laat leiden dan een concernuitgever. Deze vraag heb ik aan alle geïnterviewden gesteld. R1 vindt dat onafhankelijke uitgeverijen onafhankelijke mensen moeten uitgeven. R2 en V2 vermoeden dat kleinere uitgeverijen<sup>14</sup> het zich beter kunnen permitteren om uit te geven wat past bij hun persoonlijke smaak, terwijl je bij een groot concern ‘rekening moet houden met de potentie’ en commerciëler ingesteld moet zijn omdat je ‘voor een groot publiek’ uitgeeft. Daarnaast merkt de redacteur op dat mensen die ‘heel literair’ zijn en het ‘als hun missie zien om mooie literatuur [met een lage oplage] uit te geven’ beter af zijn als onafhankelijk uitgever.

---

<sup>13</sup> Ook vóór het rangschikken van de kaartjes heeft R2 het al even over lekenkritiek, maar alleen m.b.t. in het Nederlands vertaalde boeken. Vandaar dat ik die uitspraak (‘Als TikTokkers happen, kan een boek heel groot worden’) niet als een discrepantie met diens rangschikking opvat.

<sup>14</sup> Nota bene dat de meeste geïnterviewden – en ikzelf ook een aantal keer – ‘onafhankelijk’ gelijkstellen aan ‘klein’, terwijl de grootte van de uitgeverij niet per se iets over onafhankelijkheid zegt. Uitgeverij 2 is bijvoorbeeld een kleine uitgeverij binnen een concern.

R3 heeft als enige zowel ervaring met het werken in concerns als met het onafhankelijk zijn, maar vindt dat dat op het vlak van acquireren eigenlijk niet veel van elkaar verschilt, hoewel je als concernuitgever wel grotere voorschotten kunt betalen en daardoor soms meer kans maakt op veilingen. R4 sluit zich bij dat laatste aan en voegt er nog aan toe dat een concern door het grotere budget omvangrijke boeken ook gemakkelijker kan doen. Daar staat volgens de redacteur tegenover dat een concern minder goed ‘kleine boeken’ kan doen, omdat ze een minimaal aantal exemplaren moeten verkopen om de uitgave te kunnen laten renderen. Zo’n boek zou volgens R4 ‘te zeer wegvallen tegen alle grote [en Nederlandse] fondsauteurs’.

Een ander nadeel dat volgens de agent aan het concernuitgeven kleeft, is de breedte van het bedrijf. Een onafhankelijke uitgever zou sneller beslissingen kunnen nemen, terwijl bij een concern eerst iedereen aan boord moet zijn bij de aankoop van een boek, waar dan weer tegenin te werpen is dat onafhankelijke uitgevers hun eigen geld uitgeven en daardoor misschien voorzichtiger zijn. De individuele beslissingen van een kleine uitgeverij wegen ook zwaarder, omdat ze zich ten opzichte van een concern ‘minder missers kunnen veroorloven’. R1 denkt, zonder verder een uitspraak te doen over onafhankelijk of niet, dat er in andere uitgeverijen ‘consensus moet zijn’. Dat betekent dat er in Uitgeverij 1 wellicht meer ruimte is voor de afgebakende smaak van één persoon, in plaats van een soort democratische smaak van de hele uitgeverij. Volgens R1 heeft dat tot gevolg dat het fonds van diens uitgeverij minder eenduidig is. R4’s opmerking over persoonlijke smaak spreekt dit idee tegen, in ieder geval als het gaat over heel literaire titels: ‘Ik kan me voorstellen dat een andere redacteur hier het niks zou hebben gevonden.’

R4 benoemt verder dat concerns altijd met scouts werken. De onafhankelijke uitgevers die ik geïnterviewd heb werken ook allebei met scouts, maar het is inderdaad mogelijk dat niet alle kleine uitgeverijen dat kunnen doen, zoals ook blijkt uit Franssens onderzoek (zie de

afbeeldingen in Hoofdstuk 2). Er zou breder kunnen worden onderzocht of en hoe de acquisitiepraktijken van onafhankelijke uitgeverijen in de afgelopen jaren zijn veranderd.

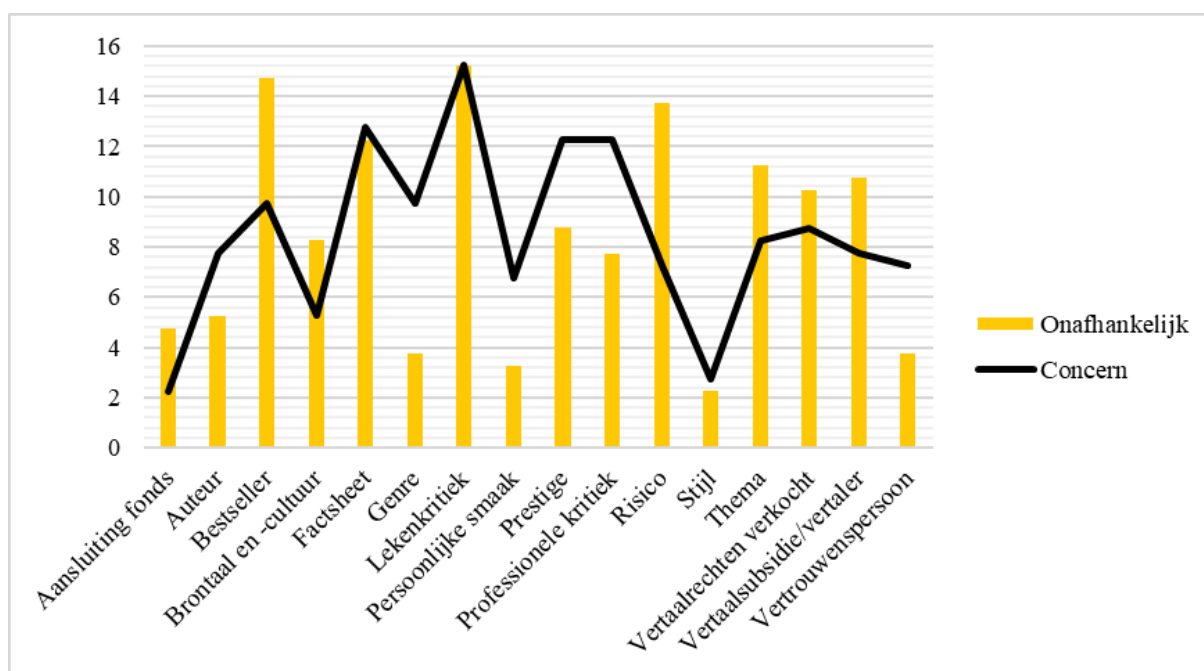
V1 vermoedt tot slot dat kleinere uitgeverijen door hun beperktere budget minder risico's kunnen nemen dan grote uitgeverijen, maar dat ze tegelijkertijd ook meer moeten aandurven om zich te kunnen onderscheiden van de rest. Al met al bevestigen de geïnterviewden het idee dat onafhankelijke uitgeverijen minder geld hebben en minder uitgeven, maar daardoor ook meer gewaagde of 'onafhankelijker' keuzes moeten maken om op te kunnen vallen.

De verwachting is dan ook dat de focus bij de onafhankelijke uitgevers op de interne factoren ligt, in het bijzonder op persoonlijke smaak. Daarnaast zou het belang van de boekdikte (factsheet) hoger moeten liggen dan bij de concerns, terwijl het risico eerder geen factor zou moeten zijn. Op basis van de interviews zou je ook kunnen stellen dat de concernuitgever meer dan de onafhankelijke uitgever naar bestsellers kijkt en over het algemeen meer op anderen vertrouwt, omdat een concernuitgeverij marktgerichter is, voor een groter publiek publiceert en dus ook in hogere mate afhankelijk is van hoge oplages. Dat is allemaal terug te brengen tot de veldlogica dat bijvoorbeeld een prijswinnend boek of een boek dat goed is besproken waarschijnlijk beter verkoopt dan een boek dat geen prijs wint en niet wordt gerecenseerd, hoewel een prijs of een recensie natuurlijk geen garantie zijn dat een boek goed verkoopt en andersom is een bestseller natuurlijk niet per se prestigieus.

Uit de onderstaande grafiek komt inderdaad een aantal dingen met de verwachtingen overeen. Zo is het risico voor onafhankelijke uitgevers geen belangrijke factor en voor concernuitgevers wel. De persoonlijke smaak is voor de onafhankelijke uitgevers inderdaad een heel belangrijke factor en voor de concerns minder. Voor de onafhankelijke uitgever zijn auteur, genre en prestige belangrijker dan voor de concernuitgever, die dan weer meer belang hecht aan bestsellers en de brontaal en -cultuur, wat aansluit bij de verwachting dat externe factoren gemiddeld belangrijker zijn voor de concerns – hoewel de vertrouwenspersoon dan

weer belangrijker is voor R1 en R3. De overige factoren komen min of meer overeen. Het factsheet speelt kennelijk noch voor de concerns noch voor de onafhankelijke uitgevers een grote rol, maar het zou kunnen dat de dikte van het boek inderdaad belangrijker is voor de onafhankelijke uitgevers, terwijl de publicatiedatum belangrijker is voor de concerns – dat is moeilijk te zeggen.

Gemiddeld vinden de onafhankelijke redacteurs interne factoren (7,06) een derde keer belangrijker dan externe factoren (9,94), waar de interne factoren door de concernuitgevers gemiddeld op plaats 7,19 komen tegenover 9,81 voor de externe factoren. Het verschil is dus minimaal en de verschillen in keuzes die leiden tot diversiteit dan wel eenvormigheid zouden dat bijgevolg ook moeten zijn. Hier valt wel de kanttekening bij te maken dat van de interne factoren het risico door de onafhankelijke uitgevers veel hoger (lager?) op de rangschikking staat dan bij de concerns. Dat spreekt juist weer wel voor diversifiëring.



Figuur 3: Rangschikking gemiddelde onafhankelijke uitgeverijen R1 en R3 in vergelijking met concerns R2 en R4

Nota bene dat ook voor deze datawaardering geldt dat er te weinig participanten zijn geïnterviewd om een uitspraak te kunnen doen over de keuzes van onafhankelijke en concernuitgeverijen over het algemeen.

## 6. DISCUSSIE EN CONCLUSIE

### 6.1 Antwoorden op de hoofdvraag en centrale hypothese

In deze scriptie is onderzocht welke factoren voor het acquireren van literaire fictie in vertaling in meer of mindere mate van belang zijn en waarom. Op basis van de literatuur over selectiemechanismen bij vertaalde literatuur van Thomas Franssen, Gisèle Sapiro en Ondřej Vímř, formuleerde ik de hypothese dat uitgevers van literaire fictie de huidige boekenmarkt als lastig ervaren wat tot gevolg heeft dat er marktgerichter wordt geacquireerd, waardoor ook voor literaire fictie in vertaling geldt dat er toenemend rekening wordt gehouden met externe factoren. Deze factoren ontleende ik voor een deel uit de genoemde literatuur en voor een deel uit mijn eigen ervaringen met het literaire veld.

Het onderzoek is verkennend en heeft een primair kwalitatieve insteek. Aan het begin van het onderzoek heb ik ook gekeken of het zinvol zou zijn om de resultaten te kwantificeren door de rangschikkingen van de participanten met elkaar te vergelijken. Daar kwamen best een aantal interessante bevindingen uit: zo bleken de hoogst gerangschikte factoren gemiddeld juist allemaal intern te zijn (aansluiting bij het fonds, stijl, auteur, persoonlijke smaak en genre), gevolgd door de externe factoren vertrouwenspersoon en vertaalrechten verkocht. Factoren die gemiddeld geen rol speelden bleken lekenkritiek, vertaalsubsidies en of een boek een bestseller is in het brontaal­land.

De interviews bevestigen de resultaten uit de literatuur wat betreft het belang van anderen om het aanbod aan literatuur te filteren, waarbij met name scouts en bevriende buitenlandse redacteers als essentiële vertrouwenspersonen worden beschouwd, hoewel ook goede tips van vertalers zeer worden gewaardeerd. In samenhang met de vertrouwenspersoon wordt ook de rechthebbende uitgeverij en de uitgeverijen aan wie een boek al is verkocht in het buitenland, als belangrijk bestempeld. Het vertrouwen op veldcollega's, door zowel de heel literaire als de

meer toegankelijke uitgever, bevestigt Sapiro's theorie dat imitatie een belangrijke manier is om wereldliteratuur te filteren. Imitatie blijkt op basis van de rangschikkingen een belangrijkere *wave* dan de beperkingen in het (inter)nationale literaire veld, zoals een hoog pagina-aantal, een minder recente publicatiedatum of de beschikbaarheid van vertaalsubsidie.

Daarna volgen factoren die doorgaans niet de doorslag geven om iets aan te kopen, maar wel mooi zijn meegenomen. Sommige factoren hebben eerder een informerende functie: zo kan de longlist van een literaire prijs een redacteur op een boek, dat anders misschien aan hen voorbij zou zijn gegaan, attenderen, terwijl andere factoren pas in een later stadium van het filteren een rol spelen. Zo lijken bijvoorbeeld recensies eerder te fungeren als *second opinion* als de redacteur nog niet heeft besloten of een boek bij diens fonds past, iets dat zowel voor recensies van professionals als van leken lijkt te gelden, waarbij negatieve lekenrecensies door verschillende redacteurs juist worden gezien als teken dat een boek wellicht goed is.

Zoals verwacht ervaren de participanten de huidige literaire markt als lastig, maar dat lijkt op basis van de rangschikkingen niet per se een effect te hebben op de acquisitie. Over de rangschikkingen stelde ik voorafgaande aan het onderzoek de hypothese dat die vooral externe factoren zouden behelzen, zeker bij de concernuitgevers, en dus een meer marktgerichte acquisitie zou laten zien.<sup>15</sup> De resultaten zijn dus niet in overeenstemming met de hypothese en wekken de verwachting dat er voorlopig plaats blijft voor kleinschalige literaire productie, omdat er gewerkt wordt met evenwicht in het fonds, waarbij de goed verkopende boeken de boeken die verlies maken blijkbaar nog in stand kunnen houden.

Op basis van de interviews vóór de introductie van de kaartjes is de balans intern-extern wel anders. Met name de redacteurs noemen daar voornamelijk het belang van externe

---

<sup>15</sup> Interessant is in dit verband ook R1's reflectie op mijn nogal sturende, en om die reden verder niet behandelde vraag, of R1 niet bang is dat diens fonds, door te kijken naar wat uitgevers in het buitenland doen, steeds homogener wordt: 'Het is een van de dingen die we doen. Het is niet zo dat ik alleen maar [één] specifieke persoon volg, want die leidt me weer daarnaartoe en daarheen. [...] Het werkt meer als een ingang in die wereld. Maar er zit zeker een globalisering in. Bepaalde boeken worden in heel Europa uitgegeven, in twintig talen vertaald. Dat is aan de ene kant globalisering, maar aan de andere kant is het gewoon een goed boek. Of een goede agent.'



factoren, hoewel ze ook interne factoren noemen en het belang daarvan soms hoger inschatten dan het belang van de externe factoren, zoals bij R4 in het genoemde voorbeeld, maar ook bij R3. In 6.1.1 ga ik daar uitgebreider op in.

De participanten merkten op dat het moeilijker wordt om consumenten te bereiken omdat er minder wordt gerecenseerd in kranten en op tv, terwijl social media belangrijker worden. Interessant is daarom dat lekenkritiek, waaronder die op social media, nauwelijks een rol zou spelen bij de acquisitie. Er lijkt een disbalans te bestaan tussen de principiële manier waarop gezegd wordt te acquireren en de manieren waarop de markt verandert, een trend die ik als groot liefhebber van literaire fictie hoopgevend vind. *Zo compromisloos proza als de markt toelaat* lijkt op basis van de gemiddelde volgorde van factoren, waarin de externe factoren minder belangrijk zijn dan de interne, in ieder geval in de acquisitiefase, het credo van de redacteurs, hoewel er aan die conclusie zeker haken en ogen zitten. Bijvoorbeeld als je de rangschikkingen vergelijkt met het eerste, ongestructureerde deel van het interview.

### 6.1.1 Vergelijking interview en rangschikkingen

Uit de rangschikkingen kwam naar voren dat de aansluiting bij het fonds en de stijl het belangrijkste zijn en dat de meeste externe factoren minder belangrijk worden geacht dan de meeste interne. In de inleidende gesprekken voorafgaand aan het kaartjes leggen, kwam ik in grote lijnen ongeveer diezelfde tendens tegen, hoewel de externe factoren hier prominenter zijn dan bij de rangschikkingen. Dat ze expliciet worden genoemd, in tegenstelling tot de meeste interne factoren, heeft er volgens mij mee te maken dat het belang van die interne factoren als vanzelfsprekend wordt geacht (vgl. bijvoorbeeld R4's toelichting bij stijl), terwijl er wel degelijk verschillen op te merken zijn wat betreft het belang van de verschillende externe factoren.

R4 illustreert dat door weliswaar een hoop externe factoren te noemen, maar te stellen dat die allemaal niet doorslaggevend zijn en dat het veel prettiger is om een keuze te maken op basis van je eigen leeservaring - iets waar R3 zich bij aansluit door te stellen dat 'je sowieso een beter beeld [krijgt] van wat je aankoopt', als je het boek hebt kunnen lezen. Hierin schuilt kritiek op het uitgeven van vertalingen uit brontalen die je als redacteur zelf niet beheerst, en daarmee indirect op het vertrouwen op anderen bij het maken van je keuzes. Desondanks hecht R3 veel waarde aan het oordeel van buitenlandse redacteurs, zeker als die de brontaal wel zelf kunnen lezen, wat tevens in de rangschikking naar voren komt (bij R3 zeer belangrijk). Hierin onderscheidt R3 zich van R4 die de factor pas op plek 12 rangschikt, veel lager dan diens collega's, bijzonder opvallend omdat de redacteur direct voordat die de kaartjes rangschikt, met name de bevriende buitenlandse redacteurs zegt hen heel belangrijk te vinden. Maar in de uiteindelijke rangschikking wijst R4 de invloed van vertrouwenspersonen net zo sterk af als de vertalers. R4's antwoord op de vraag waar diens uitgeverij naar op zoek is, is in verhouding tot de rangschikkingen van alle geïnterviewden veruit het uitgebreidst - de toelichting op de rangschikking daardoor trouwens ook het kortst. Hoewel R4 zoals gezegd op eigen houtje factoren rangschikte en daarbij enkel externe factoren noemde (waaronder ook expliciet de vertrouwenspersoon!), antwoordt de redacteur op de vraag waar diens uitgeverij voor staat met impliciet beschreven voornamelijk interne factoren, zoals de auteur, de stijl, het genre en de aansluiting bij het fonds (diachroon), en noemt daarnaast maar één externe factor, namelijk brontaal en -cultuur:

We zijn op zoek naar toonaangevende schrijvers, naar hoogstaande kwaliteit. Vaak vrij literair, van toegankelijk tot experimenteel. [...] Aan de ene kant hebben we onze oude backlist, de klassiekers [...]. Tegelijkertijd richten we ons op de stemmen van de toekomst. Het land van herkomst maakt niet zoveel uit, we proberen van over de hele wereld te acquireren. Een paar jaar geleden werd er heel veel Angelsaksisch uitgegeven en dat is de laatste paar jaar veel meer Europees geworden.

Er valt bij nader inzien te beargumenteren dat brontaal en -cultuur meer een interne factor is, omdat het spectrum aan talen waaruit een uitgeverij vertaalt, zoals we ook bij R3 zagen, te

maken kan hebben met een interne opvatting, zoals de ambitie om de literatuur uit een bepaald taalgebied bekend te maken bij het Nederlandse publiek. Sowieso zegt de brontaal iets over het fonds van de uitgeverij: zoals Franssen in zijn driedeling *Exotic Languages* afzet van het genre Anglo-American. R4, R3 en R2 merken op dat er meer en meer wordt gekeken naar die zogenaamd exotische talen, wat voor een deel misschien idealistisch onderbouwd is (waarom is die Engelstalige literatuur eigenlijk zo dominant?), maar voor een deel zeker ook commercieel: er wordt vertaald uit talen die mensen in Nederland niet zelf kunnen of willen lezen, waardoor het risico dat lezers het boek in de brontaal lezen veel lager is.

Hoe dan ook is er bij Redacteur 4 het duidelijkst van iedereen een discrepantie zichtbaar tussen hetgeen waar R4 zegt naar op zoek te zijn (voornamelijk intern) en waar die als eerste naar kijkt (extern). In de rangschikking van de factoren hecht R4 zoals gezegd met name waarde aan interne factoren, van alle redacteurs heeft R4 de minste externe factoren in diens top 8 staan, namelijk maar één: brontaal en -cultuur, die ik bij nader inzien dus eigenlijk ook grotendeels intern vind. Zoals R4 het zelf ook al zegt zijn die externe factoren ‘de voornaamste manieren waarop wij boeken te zien krijgen en besluiten er al dan niet iets mee te doen’. Die manieren beïnvloeden het wel of niet acquireren dus wel in hoge mate en misschien zelfs volledig, maar ik begrijp ook waarom de redacteur al die factoren zoveel lager rangschikt dan de interne. Het zijn weliswaar de externe factoren die het enorme aanbod filteren, maar het is uiteindelijk de stijl, het thema, het genre, de persoonlijke smaak, enzovoorts, die bepalen of een boek bij Uitgeverij 4 wordt uitgegeven, of een boek ook echt bij de uitgeverij past. Vergelijk ook dit citaat van R3 over de functie van de (voornamelijk externe) factoren:

Je moet je voorstellen dat er een enorme zeef is vol boeken uit de hele wereld. Waar zitten je filters? Als je achttien boeken per jaar doet, heb je ontzettend veel filters nodig. Je zegt veel vaker nee dan ja. Wat zijn die filters? Scouts, vertalers, buitenlandse collega's, een leuke auteur, goede kritieken, enzovoorts. Maar als je iets fantastisch leest, zonder er verder iets over te weten, kun je het niet om die reden laten liggen.

Veel belang kennen alle redacteurs zoals gezegd toe aan de aansluiting bij het fonds, de stijl, de persoonlijke smaak en de auteur. Dat zijn factoren waar de redacteurs altijd naar lijken te kijken om te zien of een boek bij hun fonds past. Aan stijl zitten verder geen regels vast: eigenlijk kan het van alles zijn, als het maar ‘eigen’ is. De redacteurs leggen verschillende focussen, zo gaat van R1’s toelichting op de factoren die een boek en een auteur aantrekkelijk maken voor acquisitie een zekere behoefte aan uitgesprokenheid en afwijken van de norm en de markt uit, terwijl R3 en R4 het vooral hebben over de balans tussen meer zonderlinge en toegankelijkere auteurs. Opmerkelijk is dat geen enkele participant vóór de introductie van de kaartjes expliciet verwijst naar stijl. Het belang ervan wordt in het open interview al wel geïmpliceerd, bijvoorbeeld door woorden als ‘kwaliteit’<sup>16</sup>, ‘toegankelijk’ of juist ‘experimenteel’, of doordat er zoals gezegd benadrukt wordt hoe fijn het is als je een boek zelf hebt kunnen lezen zonder dat je af hoeft te gaan op het oordeel van anderen. Een ander kan je vertrouwd maken met een boek door te vertellen over thema, plot en personages, maar hoe vertel je stijl? Ook de participanten lijken geen grote woordenschat paraat te hebben als het aankomt op stijl<sup>17</sup>, behalve *eigen*, *korte zinnen* of *passend bij het verhaal*, en soms wordt stijl gelijkgesteld aan thema. Toch is iedereen bij het rangschikken overtuigd van het belang van stijl en lijkt het zelfs een emotionele aangelegenheid: de stijl van een boek mag je niet koudlaten (R2) en moet je in het boek meezuigen (R3).

In het begin van het interview benadrukt R2 het belang de vertrouwenspersoon, het thema, de brontaal en het genre, terwijl die bij het toelichten van de factoren genre niet noemt, en aangeeft het thema minder belangrijk te vinden. Opvallend, omdat de eerdere opmerkingen ‘in dialoog met de wereld van nu’, zowel wat betreft thematiek (‘recente maatschappelijke

---

<sup>16</sup> Kwaliteit kun je natuurlijk ook zien als een externe factor, net als het stempel ‘literair’ gegeven door experts, prijzen, journalisten. Maar het is ook een interne factor wanneer de uitgeverij zegt op zoek te zijn naar kwaliteit, *whatever that means*. Een boek heeft natuurlijk altijd een stijl, is altijd een verzameling stilistische middelen. Maar wat is een goede stijl?

<sup>17</sup> Niet bedoeld als dis, want iets dat ik zelf ook lastig vind te beschrijven, te onderscheiden, nog steeds.

ontwikkelingen) als genre ('niet te commercieel, maar ook niet hoog literair') best een uitgesproken, duidelijke acquisitiehouding aantonen. Het ontbreken in de toelichting kan er echter ook juist mee te maken hebben, dat we die onderwerpen al in het begin behandeld hadden. Frappant is tevens de nadruk die R2 in het begin van het interview op de behoeften van het publiek legt. Dat getuigt van een marktgerichte focus, die hier in verband wordt gebracht met de populariteit van bepaalde genres - een interne factor die hier weliswaar niet inherent lijkt te zijn aan het fonds of de identiteit van de uitgeverij, maar juist extern, beïnvloedbaar. Verder zijn er niet echt discrepanties in de rangschikkingen, die bij R2 en R3 zoals gezegd ook wat lossier waren dan bij de andere redacteurs. Zo is vertrouwenspersoon, de eerste factor die R2 noemt, ook een zeer belangrijke factor bij het bespreken van de kaartjes.

Ook R1 noemt de markt in diens antwoord op de vraag waar de uitgeverij voor staat. Maar waar R2 de markt als een positieve factor ziet, namelijk als een goede reden om het fonds eventueel op aan te passen, ziet R1 het juist als beperking (vergelijk Sapiro's stelling over *waves*), want R1 wil 'zo compromisloos proza als de markt toelaat' uitgeven. Die wil als het ware zoveel of zo lang mogelijk tegen de stroming in blijven zwemmen, terwijl R2 het ambieert om, in ieder geval voor een deel, mee te deinen op de golven, wat strookt met de verwachtingen aan de uitgeverijen, de een hoog literair, de ander op het snijvlak van literair en commercieel.

R3 heeft het in het begin van het interview, maar nog voor ik gevraagd heb waar ze als uitgeverij naar op zoek zijn, uitgebreid over diens ambitie om uit veel verschillende 'onontgonnen' taalgebieden te acquireren en vertelt vervolgens een anekdote over een recent aangekocht Engelstalig boek dat ze waarschijnlijk zouden hebben afgewezen vanwege de dikte, ware het niet dat er vertaalsubsidie beschikbaar bleek te zijn. De beslissing om te vertalen is bij R3 dus wel degelijk marktgebonden: door de lage oplages in het huidige veld kun je volgens de redacteur niet meer zonder die subsidies, en al helemaal niet als het over uit

het Engels vertaalde boeken gaat. De keuze om toch te acquireren wordt dus direct beïnvloed door de vertaalsubsidie, de ontleding, en de toename van mensen die Engelse boeken in het Engels lezen. Een andere, deels negatieve factor die R3 waarneemt, is de vertrouwenspersoon. Wanneer alle scouts aan hun opdrachtgevers hetzelfde boek aandragen, kan de prijs die je als uitgeverij voor zo'n boek moet betalen, enorm omhoog schieten. Opvallend is dat die concurrentie om een boek, culminerend in spannende veilingen, niet alleen voor de door agenten aangeboden boeken geldt, maar dus ook voor die van scouts, die in tegenstelling tot de agenten in principe maar voor één uitgeverij per licentiegebied werken.

Als we het er vervolgens over hebben waar R3's uitgeverij naar op zoek is, gaat het net als bij R4 juist wel over interne factoren, in termen van 'kwaliteit'<sup>18</sup>, 'buiten de gebaande paden', 'geen genrefictie', 'een jong iemand met wie we een boek kunnen maken', en gaat het daarnaast over de inhoud en de thematiek van het soort romans dat de uitgeverij doet. Vergelijken we dat met diens rangschikking, is er veel overlap: auteur, stijl en persoonlijke smaak zijn de hoogst gerangschikte interne factoren, samen met de externe vertrouwenspersoon. Anders dan verwacht is het thema een minder belangrijke factor in de rangschikking en ook de factoren factsheet, risico en vertaalsubsidie worden met blik op het eerste deel van het interview opvallend laag gerangschikt, omdat de dikte van het boek en het risico dat een boek zichzelf niet zal terugverdienen als het erop aankomt een boek wel of niet te acquireren voor de redacteur wel degelijk een rol lijken te spelen.

### 6.1.2 Vergelijking redacteurs en vertrouwenspersonen

De vertalers die ik interviewde vonden het niet gemakkelijk om antwoord te geven op de vraag waar een redacteur op let. Vertaler 2 zei een aantal keer: dat is meer een vraag voor

---

<sup>18</sup> Nota bene: onder welk kopje valt *kwaliteit* eigenlijk? Dit had ik in het interview moeten specificeren. Wie bepaalt of een boek van hoge kwaliteit is? De persoonlijke smaak van de redacteur? De pers? Een jury? Zogezien kan kwaliteit zowel een interne als een externe factor zijn.

uitgevers, en had daarmee waarschijnlijk gelijk. Toch kwamen uit de interviews wel degelijk inzichten over de acquisitiepraktijken van uitgevers naar boven. Op basis van het open deel van het interview vermoedden de vertalers dat de factoren aansluiting bij het fonds, auteur, brontaal en -cultuur, factsheet, genre, persoonlijke smaak, professionele kritiek, risico stijl, thema, vertaalrechten verkocht en vertrouwenspersoon voor redacteurs een rol spelen. De agent schatte daarnaast nog in dat een bestseller belangrijk is<sup>19</sup>, waar de meeste redacteurs aangaven dat niet als een factor te zien of zelfs als een negatieve factor. Factoren die niet worden genoemd zijn prestige, vertaalsubsidie en lekenkritiek en naar stijl wordt net als bij de redacteurs enkel impliciet verwezen. Ook voor redacteurs geldt dat ze het in het open deel nog niet over lekenkritiek hebben en verder ook niet over risico.

Zowel de vertalers als de agent verwachtten in hun rangschikkingen dat het belang van de publicatiedatum en het aantal pagina's doorslaggevend is voor de acquisitie dan de redacteurs aangaven, maar hier laten zich wel kanttekeningen bij plaatsen als je kijkt naar de hierboven besproken discrepantie tussen de rangschikkingen en het begin van het interview. Hier bleek namelijk dat het belang van met name de publicatiedatum voor sommige redacteurs wel degelijk meespeelt, ook wanneer de factor in de uiteindelijke rangorde als 'onbelangrijk' werd beoordeeld. Toch lijken de vertalers wel een grotendeels accuraat beeld te hebben van hoe redacteurs acquireren.

Interessantere verschillen bestaan er als je kijkt naar een aantal uitspraken van de agent, die meer weet van de licentiewereld heeft. Bijvoorbeeld als het gaat over de rechtenverkoop zegt A1 dat een licentie aan Amerika reden voor uitgevers is om ergens serieus naar te gaan kijken,

---

<sup>19</sup> Mogelijk dacht de agent hier niet aan uitsluitend literaire fictie. Bij andere genres is het zeer waarschijnlijk belangrijker dat een boek in het brontaalland goed heeft verkocht. Daarnaast zou het kunnen dat de agent iets anders onder bestseller verstaat dan de uitgevers. Het woord 'bestseller' roept bij Nederlandse redacteurs, zoals R3 zegt wellicht Stieg Larsson of *50 Shades* en daarmee 'niet-literair!' op, terwijl een literaire roman die 30.000 keer wordt verkocht waarschijnlijk net zo goed een bestseller mag heten. R1 zegt: 'Het kan best zo zijn dat [een boek] goed verkoopt, maar dat is iets anders dan een bestseller.' Maar R3 zegt dat er wat dat betreft een verschuiving gaande is: 'Noemde je een boek vroeger een bestseller bij een oplage van 35.000, ben je nu als een kind zo blij als je de 10.000 exemplaren aantikt.' En de definitie van een bestseller verschilt zeer waarschijnlijk ook tussen grote concernuitgeverijen en kleine onafhankelijke.

terwijl de uitgevers zelf zeggen de Engelse rechten niet per se het belangrijkste te vinden en meer kijken naar de Europese rechten. A1 durft boudere uitspraken te doen dan de vertalers, bijvoorbeeld wanneer die zegt dat uitgevers niet van risico houden, terwijl de kleine uitgeverijen juist aangaven graag iets op risico te kopen, uiteraard wel in de (onzekere) hoop dat het boek zal aanslaan. En over een factor als prestige, in de vorm van een literaire prijs, die door alle redacteurs als leuk maar zeker niet doorslaggevend werd gerangschikt, zei de agent dat het soms wel degelijk doorslaggevend is gebleken: ‘Als een boek heel spraakmakend is, krijg je het ook zonder zo’n prijs verkocht, mar bij sommige boeken weet je dat de prijs een rol gespeeld heeft.’ Bij andere factoren zaten de agent en de redacteurs juist wel helemaal op één lijn, bijvoorbeeld bij auteur; A1 is zich ervan bewust dat uitgeverijen liever met jonge auteurs werken, een auteurschap hopen aan te kopen.

Als de vertaler als ambassadeur voor de betreffende broncultuur (én doelcultuur) wil gelden, zal die meer kennis moeten hebben van hetgeen uitgeverijen zoeken. V1 stelt dat het ‘voor ons [vertalers] heel moeilijk in te schatten is wat een uitgeverij ziet als hun type boek’. Ik kan me een win-winsituatie voorstellen wanneer uitgeverijen concreter zouden maken wat ze zoeken (demand-driven) en waarom ze pitches afwijzen of aannemen (supply-driven), zodat het voor vertalers en andere ‘leveranciers’ van aanbevelingen mogelijk wordt om gerichtere pitches te sturen en zodat redacteurs een groter taalgebied kunnen verkennen. Tegelijkertijd ben ik het ook met een aantal van de redacteurs eens dat literaire fictie moet verrassen en dan kan een waslijst aan wensen juist een beperkend effect hebben op de literaire productie. Zo zei R4: ‘Ik zal nooit zeggen dat ik nu een boek wil over \*een of ander obscuur onderwerp\*, maar laatst kregen we zo’n boek en dat bleek heel interessant.’



## 6.2 Overige bevindingen

Een subhypothese die ik formuleerde was dat de onafhankelijke uitgevers andere keuzes zouden maken dan de concernuitgevers, namelijk dat ze zich ten opzichte van de concernuitgevers meer zouden laten leiden door interne factoren. Met andere woorden zouden onafhankelijke uitgeverijen ten opzichte van binnenlandse en buitenlandse uitgeverijen een afwijkender en wellicht ook diverser fonds hebben, terwijl concerns meer naar elkaar zouden kijken en daardoor ook meer op elkaar zouden lijken. Op basis van de interviewanalyse lijkt dit ook wel te kloppen, simpelweg omdat de acquisitie in een concern meer mensen betreft, waardoor er zoals de agent aangeeft consensus moet zijn, en waardoor er per boek meer geld moet worden verdiend. Een vergelijking van de rangschikkingen wees echter uit dat er gemiddeld weinig verschillen bestaan en dat alle geïnterviewde uitgevers de interne factoren belangrijker vinden dan de externe. Het grootste verschil is waarschijnlijk hun houding tegenover risico. Waar de onafhankelijke uitgevers het in dit verband over leuke uitdagingen hadden, over het plezier en de hoop die gepaard gaan met het in de markt zetten van een verrassende titel, ging het bij de concernuitgevers over onzekerheidsbeperking, zoals bij een debuut de garantie dat de auteur bezig is met een tweede boek (R2). Soms is het ook niet duidelijk wat meer risico met zich meebrengt: een gevestigde auteur die al eerder in Nederland is uitgegeven wordt door R1 bijvoorbeeld als minder leuk (bij R1 en R3 gaat het veel over uitgeversgeluk) bestempeld dan een nieuwe, jonge auteur, maar je kunt je afvragen of het niet ook juist riskanter is om zo'n reeds geïntroduceerde auteur opnieuw te laten vertalen. Toch valt er waarschijnlijk best iets voor te zeggen dat de onafhankelijke uitgever meer dan de concerns de marktgrenzen opzoeken, alleen al omdat hoe meer bevestigende factoren er in het spel zijn, des te meer geld je ook zult moeten betalen voor een titel (die dan waarschijnlijk ook voor andere uitgevers interessant zal zijn). Risico's nemen is vast niet altijd een bewuste keuze en voor een deel ook het lot van de kleine uitgeverij.

Uit de interviews is verder onder andere gebleken dat de redacteurs hun blik steeds minder op het Engels richten. De reden daarvoor is duidelijk: mensen in Nederland lezen graag Engels, waardoor vertalingen uit het Engels minder goed verkopen. Toch kleeft aan het uitgeven uit andere talen ook een nadeel, want als lezers de brontalen niet lezen, is het ook moeilijk om de boeken voordat ze in vertaling uitkomen aan boekhandelaren te verkopen en ze te laten recenseren. En voor de kleine uitgeverijen die voor een deel sowieso al in het Exotic-Languages-segment zaten, geldt dat ze minder geld kunnen bieden op een veiling, waardoor ze in hun ‘exotische’ brontaalgebieden niet meer zoals voorheen kunnen grasduinen – hoewel R3 de implicaties daarvan ook weer nuanceert: ‘Er zijn genoeg boeken voor iedereen, laten we niet hysterisch gaan doen.’

Een ander effect van de verschuivingen in de markt lijkt te zijn dat sommige uitgevers commerciëler naar de uitgave van literaire fictie gaan kijken. Voor de uitsluitend literaire uitgeverijen is dat voordelig, omdat zij zogezegd in het gat zitten dat daardoor ontstaat en groter wordt: ‘Als de concernuitgeverijen minder literair gaan uitgeven, blijven er lezers over die precies daarnaar op zoek zijn.’ R2 is van mening dat niet alleen concerns, maar dat alle uitgevers van literaire fictie commerciëler worden: ‘Voor de literaire fictie zie ik de toekomst niet zo rooskleurig in.’

### 6.3 Reflectie op de methode

Door de onderzoeksmethode, het semigestructureerde interview, is het aandeel van het open interview versus dat van de rangschikkingen en de toelichtingen daarop per participant verschillend. Zo is het antwoord van R1 op de vraag hoe die diens uitgeverij ziet, waar die naar op zoek is, heel bondig, terwijl er in de interviews met R3 en R4 heel veel ruimte ontstond voor het grotendeels zelfstandig beantwoorden van die vraag en de vragen die

daaruit voortvloeiden. Dat is op zich niet erg en was ook juist een beetje de bedoeling, maar het is daardoor niet bij elke participant mogelijk om vast te stellen dat er een verschil bestaat tussen hetgeen de redacteur in het begin van het interview zegt, als dus nog niet bekend is welke factoren er voor het uitkiezen zijn, en de rangschikking die de redacteur maakt.

Ook bleek de gehanteerde terminologie in de interviews soms onduidelijk. Van bijvoorbeeld ‘genre’ bleek ik een bijna volledig ander beeld te hebben dan de geïnterviewden. Ik ging zelf uit van verschillende literaire fictiegenres, zoals poëzie, romans, kortverhalen en eventueel theater. Maar de redacteurs kwamen op andere dingen uit: namelijk fictie versus non-fictie, literaire fictie versus genrefictie of zelfs verschillende genrefictiegenres. Toen ik Redacteur 4 vroeg of die bij literaire titels nog onderscheid maakt tussen romans, kortverhalen of poëzie, merkte die op niet zeker te weten of dat wel binnen genre valt. Achteraf had ik zoiets voorafgaand aan het interview graag gespecificeerd.<sup>20</sup> Daarnaast heb ik naderhand vastgesteld dat sommige factoren die ik als extern had beoordeeld, misschien toch eerder intern zijn. Zo zegt het belang dat wordt gehecht aan de brontaal en -cultuur eigenlijk meer over de identiteit van de uitgeverij dan over externe instanties waar de redacteur eventueel op vertrouwt. Tegelijkertijd kan de focus op een bepaald brontaalgebied ook marktgebonden zijn, wat je nu bijvoorbeeld merkt aan de verschuiving naar meer Europese vertalingen in plaats van Engels/Amerikaans. Andersom is een interne factor als het risico waarschijnlijk juist eerder extern.

Ik denk na afloop van het onderzoek dat het niet mogelijk is om de externe en interne factoren op deze manier tegen elkaar af te zetten. Het is denk ik reëel om er bij de acquisitie van literaire fictie van uit te gaan dat de meeste interne factoren in principe doorslaggevend zijn, omdat die pas een rol gaan spelen als de redacteur al heeft gefilterd (of er voor hen is

---

<sup>20</sup> Twee andere voorbeelden waarbij de terminologie ambigu was, zijn de vertaalsubsidie, die door V2 werd geïnterpreteerd als vertalerssubsidie, en de bestseller die door een aantal participanten werd opgevat als een bestseller in de vertaling in plaats van in het brontaalland.

gefilterd) welke teksten die daadwerkelijk gaat lezen. Zinvol vind ik echter wel de rangschikkingen van de externe factoren, omdat die inzicht geven in de meer grijpbare acquisitiepraktijken, namelijk waar de redacteur diens informatie over een boek vandaan haalt. De externe factoren zeggen uiteindelijk meer over de manier waarop een uitgeverij filtert en lijken minder belangrijk voor de vraag waarom een boek wordt geacquireerd of niet. Het zijn als het ware voorwaarden voor het serieus beginnen te kijken naar een boek, hoe meer informatie, hoe beter. Dat betekent niet dat externe factoren helemaal geen factor zijn voor acquisitie, maar ze zijn eigenlijk (bijna) nooit doorslaggevend, in tegenstelling tot de interne factoren, die dat in min of meerdere mate altijd zijn. Daarbij laat ik risico en factsheet even buiten beschouwing – die factoren zeggen bij nader inzien namelijk meer over de normen en beperkingen in de markt (die leiden tot *waves*) dan over het boek en de uitgeverij.

Een verder kritiekpunt op de kaartjes is de scheiding tussen blauw en geel. Ik heb het vermoeden dat sommige participanten door die visuele verdeling meer interne (dus gele) factoren hebben gekozen. Bijvoorbeeld omdat positief geconnoteerde factoren als de stijl en aansluiting bij het fonds beide geel zijn en door deze redacteurs negatiever beoordeelde factoren zoals lekenkritiek en bestseller blauw. Achteraf gezien had ik die verdeling misschien liever voor mezelf gehouden om de participanten zo min mogelijk af te leiden.

De zekerste conclusie die je uit dit onderzoek kunt trekken is dat alle factoren verband houden met elkaar en dat het bij de selectie van een fonds vooral heel erg over evenwicht en afwisseling gaat, waardoor je de ene keer een boek uit kunt geven dat stilistisch veel van de lezer vraagt en daardoor waarschijnlijk op kleine schaal zal worden gedrukt, en je een volgende keer heel blij bent met een toegankelijker boek. De opgestelde factoren bleken uit de analyse van de interviews ook niet altijd intern of extern te zijn: het belang van het thema bijvoorbeeld, waarvan ik aanvankelijk dacht dat dat een heel interne factor is, blijkt toch ook veel met externe, commerciële verwachtingen te maken te hebben, omdat het thema vaak

gekozen wordt op basis van hetgeen waar we in de maatschappij op dat moment mee bezig zijn. Dat verklaart ook meteen de ambiguïteit van de factor ‘aansluiting bij het fonds’, die in sommige gevallen juist heel extern is. Aansluiting bij het fonds sluit aansluiting bij de markt en de lezer geenszins uit. Van nattevingerwerk is geen absoluut geen sprake, maar wel van een hoop toeval, verrassing en een tegendraads vastbijten aan de liefde voor literatuur.

#### 6.4 Impulsen voor verder onderzoek

1. Er is nog genoeg *Luft nach oben* om onderzoek te doen naar de acquisitie van literaire fictie in vertaling. Bijzonder interessant vind ik de theorie dat het overtuigen van anderen de drijfkracht achter culturele productie is, het idee dat iets groot kan worden omdat anderen zeggen dat het groot zal worden, doordat er *buzz* rondgaat, ‘terwijl nog geen hond weet wat voor boek het is’. Omdat de vertrouwenspersoon voor deze redacteurs de belangrijkste externe factor is gebleken, zou het waardevol zijn om die rol nader te onderzoeken, vooral die van de scout, die op basis van de interviews niet alleen voor de grote concerns, maar ook voor kleine uitgeverijen een belangrijke rol is gaan spelen bij het filteren van literatuur.
2. Ook het belang van de vertaler als poortwachter en vertrouwenspersoon kan nader worden onderzocht. Omdat de vertaler kan fungeren als ambassadeur van diens brontaalgebied, zou ik sowieso geïnteresseerd zijn in het belang van de meelezer én of dat misschien is veranderd sinds vertaalmachines zo’n vlucht hebben genomen (denk aan het maken van gratis (proef)vertalingen met AI). In een breder opgezet onderzoek zou kunnen worden gekeken naar de focussen die vertalers leggen in een pitch en waarin hun waarde bestaat in vergelijking met de agent en de scout. Ik kan me ondanks de resultaten van mijn eigen onderzoek voorstellen dat vertalers minder

gericht zijn op ‘het nieuwste van het nieuwste’ en op die manier als poortwachters van vergeten teksten en auteurs kunnen fungeren. Dit is voor zover ik heb kunnen ontdekken niet eerder onderzocht.<sup>21</sup>

3. Vertaler 1 noemde tijdens ons interview ook een tendens dat boeken en auteurs die populair zijn op social media, sowieso veel in het Engels worden gelezen, óók als het een vertaling betreft. Ik zou heel benieuwd zijn of dat klopt en of de huidige trend om in het Engels te lezen, zelfs invloed heeft op boeken die andere talen zijn vertaald, zoals bijvoorbeeld het Duits. Een factor die in dit onderzoek buiten de boot is gevallen, is de peritekst van een boek. Welke rol speelt bij het eerste filteren van literatuur bijvoorbeeld het omslag?
4. Maar ook factoren die juist minder belangrijk worden geacht, kunnen een interessant onderzoeksobject vormen. Klopt het dat, zoals de agent waarneemt, het belang van literaire prijzen afneemt? Er zou bijvoorbeeld kunnen worden gekeken of het percentage genomineerden en laureaten van literaire prijzen van in het Nederlands vertaalde literaire fictie in de afgelopen jaren is afgenomen.

---

<sup>21</sup> Er is wel onderzoek gedaan naar de vertaler als poortwachter, maar met andere invalshoeken, zoals door Zoran Milotinuvić (2022) die de rol van de vertaler bij vertalingen in extreem perifere talen onderzocht, en William Marling (2016), die de rol van de vertaler driedig beschrijft, namelijk behalve als vertaler ook als redacteur en literair agent.

## BIBLIOGRAFIE

### Secundair

- Bielby, Denise en William Bielby: 'All Hits are Flukes. Institutionalized Decision Making and the Rhetoric of Network Prime-Time Program Development.' *American Journal of Sociology*, vol. 99, nr. 5, 1994, p. 1287-1313.
- Buelens, Geert et al.: *Naar een versterking van de veerkracht van de boekenwereld na COVID-19*. Utrecht: Universiteit Utrecht, 2021.
- De Haan, Martin: 'De inkomenspositie van literair vertalers in Europa.' *Filter*, vol. 16, nr. 2, 2009, p. 27-32.
- DiMaggio, Paul en Walter Powell: 'The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields.' *American Sociological Review*, vol. 48, nr. 2, 1983, p. 147-60.
- Edley, Nigel en Lia Litosseliti: 'Contemplating interviews and focus groups.' In: Litosseliti, Lia (ed.): *Research Methods in Linguistics*. London: Continuum, 2010, p. 155-179.
- Es, van Nicky en Johan Heilbron: 'Fiction from the Periphery. How Dutch Writers enter the Field of English-Language Literature.' *Cultural Sociology*, vol. 9, nr. 3, 2015, p. 296-319.
- Franssen, Thomas: *How Books Travel. Translation Flows and Practices of Dutch Acquiring Editors and New York Literary Scouts, 1980–2009*. Amsterdam: University of Amsterdam. 2015b.
- Jaeger, Toef: 'Er wordt steeds minder literatuur vertaald. Hoe erg is dat?' *NRC*, 7 april 2022.
- William Marling: *Gatekeepers. The Emergence of World Literature and the 1960s*. Oxford: Oxford University Press, 2016.

- Milutinović, Zoran: 'Translators as Ambassadors and Gatekeepers. The Case of South Slav Literature.' *Translating the Literatures of Small European Nations*. Rajendra Chitnis et al. (red.). Liverpool: Liverpool University Press, 2020, p. 27-47.
- Moretti, Franco: 'Conjectures on World Literature.' *New Left Review*, vol. 1, nr. 1, p. 54-68.
- Pos, Arie: 'Vertalersvoetnoot.' *Filter*, vol. 17, nr. 4, 2010, p. 75-79.
- Saldanha, Gabriela en Sharon O'Brien: *Research Methodologies in Translation Studies*. Londen: Taylor & Francis Group, 2014.
- Sapiro, Gisèle: 'How Do Literary Works Cross Borders (or Not)? A sociological approach to world literature.' *Journal of World Literature*, vol. 1, nr. 1, 2016, p. 81-96.
- Theunissen, Astrid: 'Querido-uitgever Josje Kraamer wil boeken maken voor een breed publiek.' *Financieel Dagblad*, 14 augustus 2024.
- Thompson, John: *Merchants of Culture. The Publishing Business in the Twenty-First Century*. New York – London: John Wiley & Sons, 2012.
- Thornton, Patricia: *Markets from culture: institutional logics and organization decisions in higher education publishing*. Stanford, CA: Stanford University Press, 2004.
- Vimr, Ondřej: *Choosing Books for Translation. A Connectivity Perspective on International Literary Flows and Translation Publishing*. Berlijn: De Gruyter, 2022, p. 279-298.
- Vimr, Ondřej. 'Supply-Driven Translation: Compensating for the Lack of Demand.' *Translating the Literatures of Small European Nations*. Rajendra Chitnis et al. (red.). Liverpool: Liverpool University Press, 2020, p. 48-68.
- Vimr, Ondřej. 'The Impact of Translation Subsidies on Publishing Decisions in Smaller European Countries.' *Perspectives: Studies in Translation Theory and Practice*, 2022, p. 828-843.



## Internetbronnen

‘Fonds.’ 1<sup>e</sup> definitie. *Algemeen Letterkundig Lexicon*, vanaf 2012, [https://www.dbnl.org/tekst/dela012alge01\\_01/dela012alge01\\_01\\_00839.php](https://www.dbnl.org/tekst/dela012alge01_01/dela012alge01_01_00839.php), ten laatste geraadpleegd op 15 mei 2024.

‘In Deventer weet een nieuwe boekhandel in tijden van ontleding een jeugdig publiek van tiktokkers te bereiken’. *De Volkskrant*, 3 mei 2024, <https://www.volkskrant.nl/economie/in-deventer-weet-een-nieuwe-boekhandel-in-tijden-va-n-ontleding-een-jeugdig-publiek-van-tiktokkers-te-bereiken~bf7d0e31/>, ten laatste geraadpleegd op 18 mei 2024.

‘Literaire professionals vertellen. Hoe stel je een fonds samen?’ *Kennisbank Expertisecentrum Literair Vertalen*, 4 oktober 2021, <https://literairvertalen.org/kennisbank/literaire-professionals-vertellen-hoe-stel-je-een-fonds-samen>, ten laatste geraadpleegd op 15 mei 2024.

‘Uitgeverij de Fontein vertaalt jeugdthrillers van Nederlands naar Engels.’ *Bazarow*, 14 juni 2023, <https://bazarow.com/uitgeverij-de-fontein-vertaalt-jeugdthrillers-van-nederlands-naar-engels/>, ten laatste geraadpleegd op 17 mei 2024.

‘Veldtheorie.’ *Algemeen Letterkundig Lexicon*, vanaf 2012, [https://www.dbnl.org/tekst/dela012alge01\\_01/dela012alge01\\_01\\_04257.php](https://www.dbnl.org/tekst/dela012alge01_01/dela012alge01_01_04257.php), ten laatste geraadpleegd op 23 juni 2024.

## **BIJLAGE: INTERVIEWS (27.000 woorden)**

### INTERVIEW 1: Uitgeverij 1 (U1), Redacteur 1 (R1)

*Waar staat je uitgeverij voor?*

Zo compromisloos proza als de markt toelaat. Het mag niet compleet onverkoopbaar zijn, want dan heeft het natuurlijk geen zin, maar er is een grens, en het is interessant om die op te zoeken.

*Hoe zie je de uitgeefwereld op dit moment? Wat wordt er gelezen in Nederland?*

Dat weet ik niet per se, maar als je naar de CPNB Top 60 kijkt, dan wordt er niet heel veel literatuur gelezen, weinig vertaalde literatuur ook. Maar wij hebben een ander soort bedrijfsmodel, dus wij kunnen ook met een kleinere oplage prima leven. We trekken ons daar niet zoveel van aan. Het gaat juist ieder jaar beter. Zoals je weet staan veel uitgeverijen wel onder druk, waardoor ze bijvoorbeeld verkocht worden aan Amerikaanse uitgevers. Dus dat zal betekenen dat het niet altijd even goed gaat overal.

*Hebben jullie weleens het aanbod gekregen te fuseren?*

We hebben weleens wat gekletst met mensen, maar nee, wij zijn onafhankelijk. Anders zouden we ermee stoppen.

*Ik vertel over mijn scriptieopzet en de methodologie van het interview.*

Redacteur 1 gaat aan de slag met de kaartjes. R1 maakt verschillende stapeltjes en blijft dan over met een paar kaartjes die die heeft weggelegd, waaronder Bestseller en Lekenkritiek. Ook vraagt R1 soms om verduidelijking, zoals bij Aansluiting fonds. In plaats van de kaartjes op een rij van hoog naar laag te leggen, waar op het kleine terrastafeltje geen ruimte voor is, maakt R1 een stapeltje van de kaartjes die we vervolgens een voor een bespreken. Over het eerste kaartje, waar Genre opstaat, zegt R1:

Het moet natuurlijk fictie zijn, dat is wel het belangrijkste. Want anders geven we het niet uit.

*Jullie doen helemaal geen non-fictie?*

Praktisch niet, af en toe wat memoires. Na genre komt stijl. Aansluiting fonds. Persoonlijke smaak. [Tegen het einde] Daar doen we niet aan. Nee. Nee. En [over de Lekenkritiek] dit al helemaal niet.

*Super. Ik lees de volgorde even voor: Genre – Stijl – Aansluiting fonds – Persoonlijke smaak – Vertrouwenspersoon – Vertaalrechten verkocht – Prestige – Auteur – Professionele kritiek – Brontaal- en cultuur – Vertaalsubsidie/vertaler – Thema – Risico – Factsheet – Bestseller – Lekenkritiek. Genre heb je eigenlijk al uitgelegd. Kun je misschien toelichten waarom Stijl zo hoog staat?*

Omdat we dat in het algemeen heel belangrijk vinden, vooral voor de Nederlandse boeken. Wij vinden dat de stijl van een auteur vóór het plot gaat. We zijn niet zo plotgedreven, we zijn veel meer ‘is het goed geschreven, ja of nee?’ Dus stijl is altijd een voorwaarde voor uitgave, welke taal we ook doen.

*Wat betekent ‘goed geschreven’?*

Het moet heel eigen zijn en wat dat is kan heel erg verschillen. Man, vrouw, links, rechts, daar gaat het niet om. Het gaat er veel meer om of je iemands karakter in een boek terugziet, of het herkenbaar is. Dat je zegt: ‘Ha! Dit kan alleen maar die persoon geschreven hebben’. Dus het moet juist een beetje afwijken van de Schrijversvakscholen. Het moet geen algemeen proza zijn, maar juist heel eigen. Dat kan heel divers zijn en daar zit geen begrenzing aan.

*Het moet dus eigen zijn aan een bepaalde auteur. Maar doen jullie dan ook debuten? Want dan weet je misschien nog niet of het iemands eigen stijl is. Of lijkt het juist op de stijl van iemand anders?*

Het lijkt niet op iemand anders, het moet iets eigens zijn. Iedereen heeft veel gelezen en dingen lijken altijd op elkaar. Het moet vooral iets van jezelf zijn. In het briefje dat mensen met hun manuscripten meesturen, kun je vaak al zien of iemand kan schrijven. Of ie stijl heeft. En dat is dus een van de allerbelangrijkste dingen.

*De aansluiting bij het fonds.*

Dat heeft met het genre te maken; het moet fictie zijn. En de stijl is dus heel belangrijk. Heel veel van onze boeken lijken niet per se op elkaar qua inhoud, maar zijn wel allemaal op een bepaalde manier geschreven. Je kunt zien dat er een bepaalde vrijheid van de stijl uitgaat, dat het anders mag zijn dan de norm of de markt. Het kunnen heel verschillende boeken zijn, maar toch denk je ‘ah, dat zal wel \*Uitgeverij 1\* zijn, omdat het anders is dan de rest. Dat is het idee erachter. Dan sluit het aan bij het fonds. Er lopen ook wel draadjes door het fonds, we hebben bijvoorbeeld verschillende auteurs die over dezelfde \*setting\* of dezelfde \*troop\* schrijven, dus als iemand over die specifieke troop schrijft, mag ie er altijd bij. Stiekeme lijntjes zijn dat.

*Hoeveel van jullie vertalingen is uit het Engels?*

Dit jaar wat meer, maar over het algemeen valt het wel mee. We zijn niet specifiek op zoek naar Engels, meer naar Europees, bijvoorbeeld Spaans, of Argentijns. Volgend jaar doen we drie à vier Engelse titels, dat is best veel, maar we hadden toevallig goede dingen gevonden. In principe hebben we geen specifieke voorkeur voor een brontaalgebied, we willen vooral dat het heel wisselend is. Een keer iets uit Finland, dan weer uit Italië, dan iets Tsjechisch. De boekhandelaar of de recensent denkt dan: ‘Wow, dat had ik niet zien aankomen!’ Wij vinden ook heel veel verschillende dingen leuk en het fonds moet dan ook net zo verschillend zijn als wij. Het is niet normatief, maar vrij. Uitgeven moet leuk zijn, lezen moet leuk zijn of kan dat tenminste zijn. Het fonds moet een soort staalkaart zijn van wat er allemaal kan. Je mag literatuur in je eentje schrijven, dus mag je ook veel vrijer zijn in wat je maakt. Als je een serie produceert, kost dat drie miljoen. Dan bemoeien er zich allerlei mensen mee en moet je veel meer naar de markt toe, terwijl je literatuur gewoon helemaal in je eentje mag maken. Het mag daardoor veel eigener zijn.

*Dat is misschien wel typisch voor de onafhankelijke uitgever?*

Jazeker. Je moet als onafhankelijke uitgever doen waar je goed in bent: het uitgeven van onafhankelijke mensen.

*Verder met Persoonlijke smaak.*

Als je toch uitgever bent en het is jouw bedrijf, dan is het fijn om dingen uit te geven die je zelf mooi, interessant of de moeite waard vindt. Dat kan verschillende redenen hebben, want je bent ook niet altijd hetzelfde. Wat onze persoonlijke smaak is, verschilt een beetje per moment. Wij moeten het wel echt leuk vinden, anders doen we het niet.

*Lezen jullie allebei altijd alles? Moeten jullie het allebei goedkeuren?*

Nee, zo werken we niet. Wij gunnen elkaar dingen. Als een van ons iets echt wil, dan doen we het. Dus dat is anders ten opzichte van veel andere uitgeverijen, waar er consensus moet zijn. Bij ons gaat het over echt graag willen, dus dan doen we dat en werken we er allebei heel hard voor. Waardoor het fonds ook niet zo eenduidig is.

*Zou je als fanatiek lezer van jullie uitgeverij kunnen zeggen: dat is een titel die jij hebt gekozen?*

Misschien, dat is wel lastig. Het zou je nog verrassen wat er van \*partner Redacteur 1\* komt en wat van mij.

*Ik vertel over de boeken die ik van Uitgeverij 1 heb gelezen. Het eigene van die boeken herken ik wel.*

In dat ene boek is de stijl heel herkenbaar en dat andere boek wijkt erg af van de norm en toch denkt iedereen ‘wow, dit is echt heel goed!’ Maar waarom is het dan zo goed? Misschien omdat het afwijkt van de norm.

*Verder met Vertrouwenspersoon.*

Wij werken met agenten en vertalers en die komen met dingen aan. Ze leren ons steeds beter kennen en zeggen ‘misschien moet je hier eens naar kijken’. Veel mensen die we kennen lezen veel, dus die raden ons ook boeken aan. Dat is een heel leuke manier om dingen te ontdekken, dan hoef je het niet allemaal alleen te doen. ‘Vertrouwenspersoon’ is dus een brede term.

*Heb je ook mensen in je vriendenkring die je tips geven?*

Ja, heel verschillende mensen. Ook andere uitgevers die we kennen uit andere landen raden ons dingen aan. Dat contact is heel belangrijk. En natuurlijk kijken we naar wat uitgeverijen in het buitenland uitgeven. Dat maakt veel uit, want het geeft ons een eerste indicatie of iets goed is.

*We hadden met het agentschap nu een paar deals met \*een Duitse uitgeverij\* volgens mij.*

Uit het Duits doen we bijna alleen maar boeken van die uitgeverij. Het is heel toevallig hoor, heel vaak vinden we iets mooi en dan blijkt het bij hen te zitten.

*Ja, is dat toevallig? Die uitgeverij is toonaangevend.*

Maar dat is toeval. We hadden nu iets Engels gekocht en dat was al gepre-empted door die uitgeverij. En door \*een Franse uitgeverij\*. Allebei heel literair. Er zitten dus raakvlakken.

*Ik heb ook wel een voorkeur voor die Duitse uitgeverij, omdat ze meestal de wat ingewikkeldere boeken uitgeven.*

Het mag van ons ook zeker complex zijn. Literatuur hoeft niet eenvoudig consumeerbaar te zijn. Het is geen Netflix, en dat zijn wat mij betreft ook geen concurrenten van elkaar.

*We gaan verder met Vertaalrechten.*

Dat heeft natuurlijk met de vertrouwenspersonen te maken. Je ziet wat andere uitgeverijen hebben gekocht en aan de hand daarvan kun je uitzoeken wat bij jou past. Als je \*een bepaalde Spaanse uitgeverij\* ziet staan, weet je dat iets goed is. Er zitten raakvlakken tussen die uitgeverij en de onze. Misschien kun je hier nog aan toevoegen: we proberen geen dingen uit te geven die al zijn uitgegeven. Vooral jongere auteurs ontdekken we liever zelf. Met \*sommige oudere auteurs\* lukt dat niet. Veel grote uitgeverijen laten nu allemaal buitenlandse auteurs gaan en dan komen die agenten bij ons met de vraag of wij het willen doen. Bijna altijd zeggen we dan nee. Omdat het al door \*een grote Nederlandse uitgeverij\* gedaan is. Wij zoeken onze eigen weg. Dat vinden we veel leuker. En dan laten we soms heel grote namen liggen.

*Het is misschien wel makkelijker dan iemand helemaal from scratch te moeten vermarkten.*

Maar nieuw vermarkten is veel leuker. Dan heb je een verrassing, een ontdekking. Ik kan wel \*een zekere auteur\* gaan doen, maar die heeft al tien boeken hier in Nederland, wat is daar de lol van?

*Je zei net al dat jullie heel divers zijn, dat jullie boeken van overal ter wereld verwerven. Ik zou graag willen weten of je daar een soort hiërarchie in hebt. Als bijvoorbeeld de Engels wereldrechten van een Duits boek verkocht zijn is dat misschien belangrijker dan wanneer het verkocht is in Zuid-Korea.*

Zeker. Maar het hoeft niet per se Engels te zijn. De markten van bijvoorbeeld Frankrijk, Duitsland, Italië en Scandinavië lijken meer op die van ons. Bij de Engelse uitgeverijen zit er, op een paar heel goede onafhankelijke uitgevers na, een hoop bij wat wij helemaal niet goed vinden. Het verschilt dus niet alleen per brontaal, maar vooral ook per uitgever. Europa is als markt belangrijker om ons mee te vergelijken dan bijvoorbeeld Amerika.

*In het agentschap vertegenwoordigen we soms ook Duitse boeken die het heel goed doen, maar waarvan de rechten alleen in Oost-Europese talen verkocht zijn. Is dat ook een teken dat iets niet bij jullie past?*

Dat zou kunnen. Het is heel vaak zo dat een specifiek thema ergens resoneert. Wij zijn niet per se van het eindeloze Midden-Europa, Joseph Roth-achtige. Dat is al heel vaak gedaan en dat vinden we te klassiek. Wij doen niet graag grote romans. Dat zijn van die plotboeken. Ik weet niet hoe jouw leven eruitziet, maar mijn leven heeft dat plot gewoon helemaal niet. Er gebeurt van alles, maar het is veel meer een narratief. Het heeft allemaal met elkaar te maken. Ik vind het schrijven in hoogtepunten een lastige manier om de werkelijkheid weer te geven. Ik hou van andere vormen, van eigenzinnigheid.

*Is zo'n roman qua vorm te klassiek?*

Ja. Dat is al heel vaak gedaan. We willen liever iets dat \*knipt in vingers\*.

*Ik denk dat ik het begrijp, ook al kan ik het vingerknippen niet echt in mijn scriptie verwerken.*

\*Knipt nog eens in vingers.\*

*We gaan door met het volgende kaartje: Prestige.*

Prestige, bijvoorbeeld in de vorm van een prijs, kan zeker helpen. Het gaat er niet om dat het dan een bestseller wordt en het gaat ook niet per se om het winnen. Een shortlist of longlist is zeker een kenmerk van kwaliteit. Maar we zouden nooit de winnaar van de Man Booker kopen. Als een boek nog niet in vertaling is uitgebracht en het wint, gaan wij het niet kopen. Als we het daarvoor al gezien hadden en interessant vonden, wel. Zoals met de \*winnaar van een prijs een paar jaar geleden\*. Ik vind dat het winnen van een prijs alleen een slechte reden is om de rechten van een boek te verwerven.

*Ik noem een boek dat we in het agentschap aan Redacteur 1 hebben gepitcht en dat op de longlist van de Man Booker stond. De tip blijkt van R1 te zijn gekomen, R1 wist dat het boek kans maakte op die prijs. Er kwam binnen korte tijd van een andere uitgever een bod op, te snel voor hen om het te kunnen lezen en een keuze te maken. Ik vraag of R1 spijt heeft dat die het nieuws van de longlist met ons deelde.*

Nee, ik vind het supergoed dat het boek er in Nederland komt. Ik vind het ook niet erg dat wij het niet doen. Je kunt maar zoveel boeken per jaar uitgeven. Sommige lukken wel en sommige niet.

*Hoeveel boeken doen jullie per jaar?*

Twintig.

*Dan zijn vier Engelse boeken inderdaad wel aardig wat. Maar ook weer niet zoveel.*

Nee, als het niet ieder jaar is. Maar buiten al het negatieve om, zijn er in het Engels natuurlijk 500 miljoen mensen die schrijven. Dus er komen ook goede dingen vandaan.

*Speelt het eigenlijk een rol dat je Engels gemakkelijk zelf kunt lezen?*

Soms wel. Ik lees Engels en Duits. We hebben meelezers voor Frans en de Scandinavische talen. We doen in Nederland altijd veel via Amerika, als het daar wordt uitgegeven, dan zie je het hier ook verschijnen. Maar ondertussen kijken wij gewoon naar de lijsten van buitenlandse uitgeverijen. Je houdt het in de gaten en kijkt naar recensies. Je kunt op buitenlandse uitgeverijpagina's goed zien wat een boek doet. Dat is ook leuk om te doen.

*Schatzoeken.*

Ja, eindeloos. In het begin deed ik het dag en nacht, tegenwoordig wat minder. Het werd te veel. Je raakt bijna overwerkt, omdat je altijd online bent om te kijken of je iets kunt vinden.

*Dat is natuurlijk een probleem, dat er gewoon zoveel is.*

Op een gegeven moment moet je iets kiezen en dan weet je niet of je het goede hebt. Op basis van deze volgorde van kaartjes doe ik dat altijd.

*Haha. Normaal had ik gevraagd welke specifieke prijzen belangrijk zijn, maar wat je eigenlijk zegt is dat prijzen absoluut geen doorslag geven?*

Ze zijn wel belangrijk, maar niet doorslaggevend.

*Het gaat er meer om dat verschillende mensen naar een boek hebben gekeken en het heel goed vonden, dan dat het de prijs wint.*

We weten uit Nederland natuurlijk dat het beste boek niet per se wint. Met een jury bestaande uit vijf mensen, kan het gemakkelijk gebeuren dat twee mensen het er *niet* mee eens zijn, maar misschien hebben die twee wel een veel betere smaak dan die andere drie. Een prijs winnen is een loterij. De uitkomst moet je dus ook zo behandelen.

*We gaan verder met Auteur.*

Het is interessant om te weten wie een auteur is. En ook hoe een boek eruitziet in de brontaal. Het omslag. Waar woont een auteur? Mensen uit Londen schrijven anders dan mensen uit Aberdeen, mensen uit een stad anders dan mensen uit een dorp.

*Heb je het idee dat het voor jullie fonds uitmaakt waar een auteur vandaan komt?*

Nee, maar wij vinden het vaak leuk als iemand uit de periferie komt. We hebben bijna geen auteurs die uit Amsterdam komen. Onze auteurs wonen buiten of weg, het zijn zonderlingen, die willen niet in zo'n stad wonen. Onbewust kijken we daar wel naar. Zonderlingen zijn vaak goed. Maar man, vrouw, afkomst, dat maakt allemaal niet uit.

*Ik kan me toch voorstellen dat uitgeverijen een auteur soms kiezen omdat hij niche is.*

Niche is niet erg. Niche is goed.

*Bijvoorbeeld een auteur die non-binair is.*

Dat zou kunnen. Ga je gang. Wees wie je bent. Laatst was er toevallig iemand non-binair, maar dat wisten we helemaal niet. Toen hebben we het voornaamwoord ook aangepast. We zijn niet dogmatisch, het moet niet het een of het ander zijn.

*Maar jullie zullen waarschijnlijk ook geen boek vermarkten op basis van iemands diversiteit. Wat marketing betreft: zetten jullie een gewonnen prijs wel op het kapt?*

Tegenwoordig wel ja. Als je als uitgeverij een prijs wint, dan moeten boekhandelaars en klanten dat wel kunnen zien. We zetten het ook op de flaptekst.

*Op jullie website staat ook dat jullie veel prijzen gewonnen hebben.*

Dat is een oude tekst. Je moet op een bepaalde manier laten zien wie je bent. Prijzen zijn een categorie. \*Eén fondsauteur\* heeft al tig boeken geschreven en breekt nu pas door. Dus we mikken er niet op. Als de stijl goed is, heb je natuurlijk wel meer kans op het winnen van een prijs. Behalve als je naar de shortlist van de Libris Literatuurprijs kijkt. Grapje. Wat er op die lijst staat leest vooral heel prettig, maar het is niet heel eigen. Diplomatiek gezegd.

*Professionele kritiek.*

Ik kijk zeker naar wat er in andere landen over een boek is gezegd. In tegenstelling tot de lekenkritiek, zoals het Engelse Netgalley. Als je daarop aangesloten bent, kun je allerlei boeken lezen, maar daardoor lezen heel veel mensen boeken die niet voor hen bedoeld zijn. En dan geven ze een boek één ster. Dat is soms juist ook een goed teken, dat het slecht gerecenseerd is. Die mensen vinden het niks, te moeilijk, maar dan is het gewoon niet hun boek. Maar goed, recensies zijn zeker een van de instrumenten om te kijken of een boek iets voor ons is. We kijken op de website van de uitgever en komen zo bij recensies uit. Talen die we niet kennen laten we gewoon door Google vertalen. Die vertalingen zijn natuurlijk niet heel best, maar ze geven wel een indruk van de recensies. Ik denk ook dat de opkomst van de kleine, onafhankelijke uitgever te maken heeft met het internet. Je kunt nu heel gemakkelijk naar titels zoeken en je hebt een minder groot netwerk nodig om te kunnen beginnen.

*Jullie zijn gewoon gaan googlen.*

Bijvoorbeeld. Zonder internet lukt een hoop natuurlijk niet, dan moet je echt naar Frankfurt om contact te leggen met een agent. Wij hoeven niet per se meer naar Frankfurt. We doen het wel, maar je kunt alles online vinden en dan mailen met de vraag of je het mag lezen.

*Hebben beurzen hun belang verloren?*

Het is nog wel belangrijk voor het leren kennen van mensen. Je ziet iedereen en je laat jezelf zien, dus het is zeker belangrijk, maar het komt voor dat je je aanbieding al vol hebt, voordat je naar de beurs gaat.

Wij gaan niet bieden, dat is een principe. Je moet als [buitenlandse] auteur ook bij ons willen. We kunnen best een keer het bod verhogen, maar we doen niet mee aan een 'laatste bod'. Dan trekken we ons terug.

*Ik hoor daar ook wel trots uit.*

Nee, het is meer een soort spelletje. We wachten liever even. En als iemand anders dan biedt? Dan mogen ze het hebben. Maar dat is ook weer aan het veranderen. Laatst hadden wij samen met een andere uitgeverij het hoogste bod. Dat hadden we nog nooit eerder gehad. Je merkt dus dat de hele sector verandert. We gaan naar een ander soort boek en op sommige boeken wordt niet eens meer geboden. Het boek waarop we boden, was geschreven in een genre dat het heel goed doet bij ons, dus daar kun je best een hoog voorschot op bieden, omdat je het er ook weer uithaalt.

*Je hebt Vertrouwenspersoon als aanzienlijk belangrijker gerangschikt dan de Professionele kritiek.*

Qua volgorde wel. Ik lees niet eindeloos Poolse of Finse recensies. Pas als het boek me is aangeraden, ga ik recensies lezen. Waar ik bijvoorbeeld ook naar kijk, zijn goede buitenlandse vertalers. Ik volg een Duitse vertaler op Twitter en zie dus wat hij vertaalt. Goede vertalers kiezen goede boeken uit om te vertalen. Op social media kun je zo in het netwerk van buitenlandse vertalers en redacteurs terecht komen en dan hoeft je het niet allemaal zelf te doen.

*Ben je niet bang dat je eigen fonds , door te kijken naar wat uitgevers in het buitenland doen, steeds homogener wordt?*



Het is een van de dingen die we doen. Het is niet zo dat ik alleen maar die specifieke persoon volg, want die leidt me weer daarnaartoe en daarheen.

*Een sneeuwbaaleffect.*

Die heeft dat gedaan en die liket dat. Het werkt meer als een ingang in die wereld. Maar er zit zeker een globalisering in. Bepaalde boeken worden in heel Europa uitgegeven, in twintig talen vertaald. Dat is aan de ene kant globalisering, maar aan de andere kant is het gewoon een goed boek. Of een goede agent.

*Brontaal en -cultuur.*

We hebben nu voor het eerst uit een bepaalde brontaal vertaald, en daar ook extra geld in gestopt. We vinden het leuk om uit rare talen te vertalen. Het hoeft niet alleen maar Engels of Duits te zijn, het mag ook een Griek zijn of een Tsjech.

*Het viel me op dat jullie regelmatig Oost-Europese boeken doen. Zijn jullie geïnteresseerd in die cultuur?*

Nou, Kafka was best goed. Dus dat kan zeker. Het is wel gek dat wij meer Oostenrijkers en Zwitsers doen dan Duitsers. Ik kan het wel verklaren. Die Oostenrijkers en Zwitsers zijn wat verknipter allemaal. Die schrijven raardere boeken.

*Rare boeken, rare talen.*

Ze worden een beetje raar van die bergen. Er gebeuren dingen die niet oké zijn. Die dalen waar je niet uit kan. Het is gewoon supergoed. Het is niet open, maar dicht. Dat vind ik mooi.

*Duitsland is te...?*

Ik zoek eindeloos, maar ik kom er bijna nooit bij uit. Duitsland is misschien te rechtschapen geworden na de Tweede Wereldoorlog, te correct.

*In Duitsland is de Nachkriegsliteratuur misschien meer ontwikkeld. Oostenrijk was ondanks de Anschluss misschien minder overduidelijk de bad guy.*

Ja, die hypocrisie en dat dubieuze maakt dat ze zo goed kunnen schrijven.

*We komen bij Vertaalsubsidie/Vertaler. Het gaat hier ook om ruimte; ik weet dat het voor sommige kleine uitgeverijen noodzakelijk is dat er vertaalsubsidie aanwezig is.*

Als het er is, is het heel fijn, maar zo niet, doen we het ook. We laten ons er niet door leiden.

*En de vertaler? Die speelt misschien wel een belangrijke rol voor jullie? Dat je bijvoorbeeld bij een Pools boek denkt: 'ah, daar hebben we die goede vertaler voor!'*

Ja, dat kan. We kennen inmiddels zoveel mensen dat we voor de meeste talen wel verschillende mensen hebben.

*Heb je wel eens gehad dat je niet meteen iemand wist en daardoor aarzelde om het te gaan verwerven?*

Ja, we hadden een keer een boek in \*een kleine taal\* aangekocht. Via via kwam er toen iemand die dat wilde doen, maar die was wel heel onervaren. We hebben toen gewoon heel veel redactie gedaan. Volgens mij is er nog één Europese taal waaruit nog nooit is vertaald. Dat zou wel lastig zijn om uit te geven. En dan zijn er misschien nog dialecten waar geen vertalers voor bestaan. Een goede vertaler is ook een keurmerk. Het is veel leuker werken met een heel goede vertaler, anders ben je lang bezig om de vertaling goed te krijgen.

*Werken jullie met persklaarmakers?*

Ja, alles erop en eraan. Persklaarmakers, correctors. Dat doen wij allemaal nog. Sommige uitgeverijen doen dat niet meer.

*Daar ben ik inderdaad al eens voor gewaarschuwd.*

*We komen nu bij de kaartjes die je minder belangrijk vond. Bijvoorbeeld thema?*

Het kan alles zijn.

*Het gaat over de verteller.*

In ieder geval niet over het plot.

*Bij non-fictie is het thema waarschijnlijk veel belangrijker dan bij fictie. Als het gaat over klimaatverandering of over gender bijvoorbeeld.*

Een roman mag daar ook over gaan, maar het is zeker niet leidend. Een boek heeft een thema, maar we kiezen het er niet specifiek op uit.

*De risicofactor is natuurlijk geen criterium, maar speelt misschien wel een rol, vooral wanneer je een debuut uitgeeft.*

Dat is juist leuk. Het lukt niet altijd, maar het kan zeker. Het speelt geen rol. Reeksen doen we eigenlijk amper.

*Jullie doen wel allerlei soorten proza, niet alleen romans?*

Klopt. De vorm mag veel vrijer zijn dan alleen maar strikt romans.

*Factsheet. Wat voor rol speelt het aantal pagina's, de publicatiedatum?*

Het maakt niet veel uit. Maar als je een onbekende auteur uitgeeft en het boek is 900 pagina's lang, dan wordt het te duur. Het speelt dus financieel wel een rol. Toch is het niet het eerste waar we naar kijken.

*De Bestseller.*

Die hebben we nog nooit gehad.

*Ook niet dat een boek in het brontaalland een bestseller was?*

Dat kan ik me niet voorstellen.

*Als literatuur heel goed verkoopt, is het meestal eerder upmarket.*

Het kan best zo zijn dat het goed verkoopt, maar dat is iets anders dan een bestseller. We vragen eigenlijk ook nooit aan de buitenlandse uitgever hoeveel exemplaren er zijn verkocht.

Als agenten ons boeken sturen die tig keer verkocht zijn, dan antwoorden we dat het niet voor ons is.

*Het laatste kaartje: Lekenkritiek.*

Nee, dat is echt... Alhoewel, er is wel één geheim: er zijn ook heel goede lezers op Goodreads, die heel veel lezen. Die volgen we wel. We houden bij wat zij lezen en goed vinden. Zo krijg je een veel breder beeld. Maar er zijn natuurlijk heel veel mensen die er dingen opzetten.

*Dus het is niet zo dat je iets gaat lezen als het een viersterrenbeoordeling heeft door 100.000 lezers?*

Nee.

*Jullie zitten zeker ook niet op BookTok?*

Ik denk niet dat je daar zelf op moet zitten. Het is voor jonge mensen. Als zij een boek van je oppikken, is dat te gek, maar al die oude uitgeverijen die proberen dat te beïnvloeden... Zo werkt het niet. Het wordt door mensen zelf gemaakt. Ik ga geen geld betalen aan iemand op BookTok zodat hij mijn boek erop zet. Ik heb weleens met iemand gepraat, maar dat kostte 250 euro. En als hij het niet goed vond, dan zette hij het er niet op.

*Jullie volgen ook niemand?*

Nee, de boeken op BookTok zijn een ander soort titel. Taylor Swift heeft laatst een album gemaakt over Emily Dickinson, waardoor haar boeken nu viral gaan. Dat is niet wat wij doen. We hebben een heel ander bedrijfsmodel. We hoeven geen miljoenen boeken per jaar te verkopen.

*Zijn jullie anti-commercieel?*

Nee, helemaal niet. We werken heel hard om zoveel mogelijk lezers te krijgen, maar het is niet per se leidend. Wat wel leidend is, is dat je de rekeningen kunt betalen. Maar dat is iets anders dan dingen uitgeven die je niet goed vindt, zodát je de rekeningen kunt betalen. Dan kun je er beter iets anders naast gaan doen. Vertalen bijvoorbeeld. Er zijn heel veel mogelijkheden, maar ik denk dat je als onafhankelijke uitgever scherp aan de wind moet varen en dicht bij je identiteit moet blijven. Wat je uitgeeft moet goed bij je passen. Als het goed bij je past, gaat het vanzelf goed verkopen. Sommige titels hadden andere uitgevers misschien beter gedaan dan wij, maar andersom geldt dat ook.

*Waar heeft dat dan mee te maken?*

Als wij vijfduizend boeken verkopen, op onze manier, wordt het een groot succes. Sommige uitgevers gebruiken veel geweld om iets te verkopen terwijl dat helemaal niet past bij het boek. Zodoende kom je als uitgeverij bij een andere groep lezers uit. Voor ons is dat geen logische manier van uitgeven.

*Dan raak je ook lezers kwijt.*

Zeker. Soms hebben we iets gedaan wat we eigenlijk niet goed vonden, maar omdat wij het hadden uitgegeven vonden mensen het heel goed. We hebben ze mooi bedot, want het was geen goed boek.

*Dat is natuurlijk ook jullie persoonlijke smaak.*

Ja.

*Het lijkt me lastig om zulke keuzes te maken. Twintig boeken per jaar is natuurlijk niet weinig, maar als er zoveel mogelijk is...*

Als je een aanbieding van zes boeken hebt, dan moet ze verrassend zijn. Je moet iets ouds doen en iets nieuws. Er zit een balans in je seizoensaanbieding en dat zorgt ervoor dat je fonds verscheiden is. In die blokken van zes boeken, kun je geen zes Engelse boeken kiezen of zes dichtbundels.

*Als je een boek wilt uitgeven, maar het lijkt teveel op de andere boeken in je voorlopige aanbieding, stel je het dan uit?*

Ja. En sommige boeken moet je ook in een bepaald seizoen uitgeven. Als je boek *Regen in november* heet, moet je dat niet in april uitgeven. Dat is wel commercieel. Dat is het leukste van het uitgeven. Dit daar en dat daar en zo alles in elkaar zetten.

*Maakt een onafhankelijke uitgeverij op een andere manier keuzes?*

Dat weet ik niet.

*Zou je zeggen dat het uitgeefproces met meer onzekerheid verbonden is dan vijf of tien jaar geleden?*

Voor ons wordt het steeds zekerder. We groeien. Uitgeven is altijd met onzekerheid verbonden, want je weet nooit hoe het uitpakt en wat een boek gaat doen. Het leuke van uitgeven is die onzekerheid en die spanning. Dat je als je aan je dag begint, nog niet weet hoe hij zal eindigen.

*Hoe zie je de toekomst voor je? Van jouw uitgeverij en van de boekenbranche in het algemeen?*

Ik denk dat wij doorgroeien en onafhankelijk blijven. In de boekenbranche in het algemeen wordt er wel steeds meer naar omzet gekeken. Je merkt aan uitgeverijen dat ze daar veel mee bezig zijn. Omdat ze geld binnen moeten halen, worden ze gedwongen tot een bepaald soort fictie. Daardoor wordt het gat waar wij in zitten steeds prettiger en groter. Het aantal lezers neemt af, maar er is een groot aantal literaire lezers die geld hebben en die in de literatuur geloven. Hen kunnen wij juist bereiken. Het lezersaantal krimpt, maar niet voor ons. Als de concernuitgeverijen minder literair gaan uitgeven, blijven er lezers over die precies daarnaar op zoek zijn.

*En je wordt natuurlijk ook steeds bekender.*

Zeker. Onze naam wordt steeds meer gemaakt. Daardoor kunnen we meer verkopen en blijft de backlist lopen. Het is grappig om te zien dat de markt zo verandert. In het buitenland gaat het ook zo, de kleine onafhankelijke uitgeverijen springen gewoon in dat gat. Er komt

meer ruimte voor ons, doordat de concernuitgeverijen andere dingen gaan doen. Of wij gaan iets doen, waardoor de concernuitgeverijen iets anders gaan doen. Dat is de marktdynamiek.

*Dat waren mijn vragen.*

Veel vragen. Maar het heeft allemaal met elkaar te maken, het is een kluwen. De volgorde is ook betrekkelijk. Naar de lekenkritiek kijken we niet, behalve naar een paar.

*Moet ie dan misschien toch vóór Bestseller?*

Nee, zo is het goed.

## INTERVIEW 2: Uitgeverij 1 (U2), Redacteur 2 (R2)

*Hoe lang werk je al bij deze uitgeverij en wat heb je hiervoor gedaan?*

Ik ben literair vertaler geweest, heb daarna in een agentschap gewerkt en nu werk ik sinds een paar jaar als acquirerend redacteur. Ondanks dat ik in mijn huidige positie aan de andere kant zit dan toen ik agent was, vind ik het wel heel waardevol om contact te houden met buitenlandse redacteurs en bij te kletsen over ontwikkelingen in de markt, in hun land.

*Wat haal je uit zulke gesprekken?*

Heel vaak kom je redacteurs tegen met een vergelijkbare smaak. Het is een goede manier om boekentips uit te wisselen. Ik heb het nu natuurlijk tegen een agent, maar de tips van redacteurs zijn niet gemoeid met enig economisch belang, waardoor je er toch anders tegenaan kijkt. Als een redacteur bijvoorbeeld vertelt dat er van een boek in zijn land veel wordt verwacht, dan probeer ik dat wel in de gaten te houden.

*Begrijpelijk. Dat is bij tips door vertalers misschien ook zo, dat je het niet honderd procent kunt vertrouwen.*

Ik vind het juist altijd heel leuk om van vertalers te horen, ik moedig vertalers met wie ik werk zeker aan om me pitches te sturen. Ik ben altijd op zoek. En ik vind het heel leuk om literaire fictie uit allerlei uiteenlopende talen uit te geven, dus niet alleen uit het Engels en Duits, maar ook uit de Scandinavische talen en het Frans, Spaans, Koreaans, Japans, noem maar op.

*Die laatste twee kun je zelf waarschijnlijk niet lezen.*

Ik lees veel talen, maar voor bijvoorbeeld Japans vraag ik inderdaad een meezeer.

*Zijn dat vertalers?*

Soms wel, maar soms zijn het ook mensen die het gewoon leuk vinden om naast hun werk af en toe een leesverslag te maken.

*Waar staat jouw uitgeverij eigenlijk voor? Waar kijk je naar als je boeken zoekt?*

De uitgeverij is een literaire imprint van een concernuitgever. Toen ik aan boord kwam, kreeg ik de opdracht om het aanbod breder te trekken en met onze boeken een algemener publiek te adresseren. Zoals heel veel andere uitgeverijen ben ik op zoek naar die *sweet spot* tussen literair en commercieel. Zogenaamde boekenclubfictie: boeken die geschikt zijn voor een groot publiek, die veel vraag kunnen opwerpen en die blijven resoneren. Ik vind boeken interessant die ingaan op recente maatschappelijke ontwikkelingen, zonder dat het *current affairs* wordt. Daarnaast vind ik het ook heel belangrijk dat een boek toegankelijk blijft, dat de onderwerpen zodanig gebracht worden dat het een groot publiek kan trekken. Voor de meer commerciële titels kijken we vooral naar historische romans, soms met een speculatief randje, daarnaast doen we Tweede Wereldoorlogromans, feelgood en non-fictie. Omdat we een boetiekimprint zijn, geven we maximaal twintig boeken per jaar uit. Dat betekent dat ik een enorm filter kan loslaten op de manuscripten die ik binnenkrijg. Ik pik er als het ware de krenten uit, die boeken waarvan ik geloof dat ze perfect bij ons passen. Niet te commercieel,

maar ook niet hoog literair. Niet te niche en toch vermakelijk. En in dialoog met de wereld van nu.

*Heb je het idee dat de markt zich de afgelopen paar jaar heeft veranderd? En de uitgeverij?*

Eigenlijk was de markt al behoorlijk veranderd toen ik erbij kwam. En toch zat ik toen nog een beetje met de illusie dat ik me op literaire fictie kon richten. Gaandeweg kwam het besef dat dat niet zo was. We slaan steeds meer een commerciële richting in. In het verleden hebben we ook veel upmarket romans gedaan – bijna literair, maar voor een breed publiek. Toen kon je rekenen op een oplage van drieduizend exemplaren, tegenwoordig mag je al blij zijn met een oplage van duizend. Dat is triest. Ik moet heel streng kijken naar wat ik aankoop. Kan ik met een boek goed inspelen op de behoeftes van het publiek van nu? We hebben nu bijvoorbeeld een historische roman, waarmee we een beetje gaan inspelen op de interesses van fantasy- en romantasylezers. Op die manier probeer ik te laveren tussen een oud en een nieuw lezerspubliek.

*Hebben die lagere oplages te maken met de verschraving van de literatuur? Dat het zo lastig is om tegen de bestsellers op te boksen?*

Ja. De stabiele middenweg bestaat niet meer. Je hebt ofwel een niche boek met een oplage van maximaal duizend boeken, of je hebt een grote bestseller. Ik vraag me af of dat op een gegeven moment gaat kantelen, maar ik durf niet te voorspellen waar we naartoe gaan. Wij doen heel veel vertaalde fictie en dat is altijd moeilijker dan Nederlandse fictie. Nederlandse auteurs zijn aanwezig, ze gaan naar signeersessies en hebben een trouwe achterban. Met vertaalde auteurs moet je heel hard werken om zoiets op te kunnen bouwen. Soms lukt het, maar heel vaak ook niet. Soms omarmen een paar boekverkopers een vertaald boek waardoor het een vlucht neemt. Of het wordt op social media opgepikt. Als TikTokers happen, kan een boek heel groot worden.

*Dat hangt nauw samen met een van mijn kaartjes: de Lekenkritiek. [Ik leg de kaartjes neer].*

O, ik zie het al. Wat je belangrijk vindt bij de aankoop van een boek in vertaling?

*Precies. Op basis van welke factoren besluiten uitgevers van welke boeken ze de rechten verwerven?*

Redacteur 2 bekijkt de kaartjes. Het eerste dat R2 pakt is het kaartje met Vertrouwenspersoon.

Ik werk heel nauw samen met onze Amerikaanse scouts. Ze zijn heel belangrijk voor ons, ik heb veel vertrouwen in ze en ben zeer alert op de titels die ze aanraden. Met name voor de Amerikaanse boeken is dat mijn belangrijkste bron, maar ook bij de Franse en Duitse boeken spelen ze een rol. Dat een boek is aangeraden door een vertrouwenspersoon is dus heel belangrijk. Ten tweede moet het aansluiten bij het fonds. Thrillers doen we bijvoorbeeld niet, ook al zijn ze nog zo goed. Ik ben ook weleens verliefd geworden op een titel die gewoon niet bij de uitgeverij paste. We hebben niet de verkoopkracht om zo'n boek goed in de markt te zetten. Het moet bij het fonds aansluiten.

Als derde pakt R2 het kaartje Persoonlijke smaak, maar het blijkt toch niet zo doorslaggevend.

Ik heb inmiddels geleerd mijn persoonlijke smaak achter me te laten. Maar ik luister wel heel goed naar mijn innerlijke stem. Ik ben echt een literaire lezer, het liefst lees ik Hillary Mantel of Russische klassiekers. Wat dat betreft zit er een grote kloof tussen mij en de uitgeverij. Toch weegt mijn eigen oordeel wel zwaar. Ik moet het lekker vinden lezen. Voor heel commerciële boeken, fantasy en romance bijvoorbeeld, vraag ik een meezeer.

Als vierde komt de Lekenkritiek.

Goodreads vind ik heel belangrijk, daar kijk ik vaak naar. Als ik zie dat iets onder de vier sterren zit, dan ben ik meteen achterdochtig over de kwaliteit van het boek. Het is belangrijk om te zien hoe een boek online leeft.

*Geldt dat voor de commerciële titels net zo goed als voor de upmarket?*

Ja. Maar niet voor literaire fictie. Bij literaire fictie zie je vaak dat er heel veel uiteenlopende reviews zijn. Soms pakt iemand iets op dat helemaal niet aan haar of hem besteed is.

Op het vijfde kaartje staat Vertaalsubsidie/Vertaler.

Ik vind vertaalsubsidie voor literaire fictie heel belangrijk. Bij Scandinavische talen is het heel prettig dat je bijna gegarandeerd subsidie krijgt. Dat maakt het laagdrempelig om een boek aan te kopen. Wat de vertaler betreft, ga ik bij minder exotische talen vooraf niet op zoek naar een vertaler, tenzij het een heel dik boek is. Anders loop je het risico een boek aan te kopen dat je door het gebrek aan een vertaler die tijd heeft, niet in het gewenste seizoen kunt uitgeven. Ook bij exotische talen, zoals Koreaans of Chinees, ga ik van tevoren op zoek naar een vertaler.

Het risico.

Als een boek een debuut is, wil ik heel graag weten of de auteur aan een tweede boek werkt. We kopen namelijk het liefst een *authorship* aan. Als een boek succesvol uitpakt, wil je uiteraard een tweede boek van die auteur uitbrengen. Soms koop ik een boek gemakkelijker aan als ik weet dat een auteur een geschiedenis heeft, bijvoorbeeld omdat die in een ander genre al gepubliceerd heeft. Daarnaast hebben we het liefst een auteur die nog niet in het Nederlands is vertaald. Als de auteur al wel is vertaald, is dat problematisch. Dat betekent tenslotte dat een auteur al geïntroduceerd en waarschijnlijk geflopt is, als de eerdere uitgeverij hem niet meer wil.

Op het zevende kaartje staat Professionele kritiek.

Natuurlijk is het heel mooi om wat goede recensies mee te pakken, maar ik maak het ook vaak mee dat de recensies fantastisch zijn en dat ik, of mijn meezeer, het maar matig vind. Dat het me niet raakt. De kritiek laat me niet koud, maar het is zeker niet bepalend.

*Ligt dat dan aan de verschillende leescultuur tussen het brontaalland en Nederland?*



Nou, soms zie je ook in Nederlandse kranten geweldige recensies van boeken die mij niet raken. Ik had het niet uitgegeven. Maar dat ligt dan misschien toch aan mijn persoonlijke smaak. Dat ik die toch onbewust volg, ook bij upmarket en commerciële fictie.

Nummer acht is de Bestseller.

Dat heeft natuurlijk twee kanten. Enerzijds is het heel aanmoedigend, een bestseller in het buitenland, kan mogelijk ook goed landen in Nederland. Maar de bestsellerstatus drijft ook de prijs omhoog. We zijn een klein fonds, dus ik moet heel erg letten op ons budget. Het komt vaak voor dat ik in een veiling niet de hoogste bieder ben. Ik kan het namelijk niet echt van mijn backlist hebben. Je ziet vaak dat de inkomsten van de backlist-titels een dure acquisitie kunnen compenseren, ook als die uiteindelijk niet naar verwachting verkoopt. Die luxepositie hebben wij niet. We moeten het hebben van de boeken die we aankopen en die moeten het ook echt goed doen.

Het negende kaartje is Brontaal- en cultuur.

Ik moet wel zeggen dat ik erg alert ben op Scandinavische boeken. Er komt gewoon zoveel goeds uit Scandinavië.

En het tiende is Vertaalrechten verkocht.

Ik kijk eigenlijk eerder naar de uitgeverijen. Wie heeft het boek verkocht? Er is een aantal uitgevers waar ik een erg hoge dunk van heb en waar ik ook contact mee heb. Die uitgevers volg ik op de voet. Eén Duitse uitgeverij zit bijvoorbeeld in dezelfde hoek als wij qua smaak en acquisities. Maar het komt ook wel voor dat een boek al naar tien of twintig landen verkocht is en het me toch koud laat. Als een boek naar een Engelstalige uitgever is verkocht, is dat wel heel interessant, zeker als het boek daar als *lead sale* wordt gepresenteerd. Maar er wordt ook heel veel vertaald en uitgegeven op de Engelstalige markt dat vervolgens spoorloos verdwijnt. Niet alles dat naar Amerika of Engeland wordt verkocht, gaat daarna een eigen leven leiden.

Op elf komt Prestige.

Het winnen van een prijs kan een mooie extra zijn bij een literaire titel, maar het is niet zo dat ik daar dan meteen bovenop spring. Ik let wel altijd op de grote prijzen, zoals de Deutsche Buchpreis, de Goncourt en de Women's Prize for Fiction.

Het kaartje met Stijl erop zet de voorlopige volgorde op losse schroeven.

Stijl is heel belangrijk. Misschien wel het belangrijkste. Als ik iets begin te lezen, maakt het niet uit of het literair is of upmarket: de stijl móet iets bij me teweegbrengen. Al is er nog zoveel *buzz* om een titel, al wordt er nog zoveel van verwacht, als het me koud laat, kan ik er als redacteur niet achterstaan. Ik moet hier vaak voor mijn boeken vechten, voor de beste cover, voor aandacht bij de sales en bij de marketing, en dat kan ik alleen doen als ik daar echt honderd procent achter sta, omdat ik het een perfecte titel voor de uitgeverij en voor de Nederlandse markt vind. Ik laat hem niet los. In die zin staat stijl wel op plek 1 voor mij.

*Dat geeft de doorslag. Maar wat is nou een goede stijl? Waar let je op?*

Ik kan wel wat lievelingstitels opnoemen. Bijvoorbeeld een titel die wij niet hebben gedaan, maar die wel heel goed bij ons had gepast, een droomtitel. Een roman die je begint te lezen en waarvan je meteen ziet dat het geniaal is. Deze schrijver had zoveel talent en het was een verhaal waar je totaal in op kunt gaan. We doen dit jaar een grappige feelgood, eentje die alles met een korreltje zout neemt, een boek met een vleugje extra, waardoor het ook zo goed bij ons past. Ik wil een beetje van het gemiddelde afwijken. Het mag wel feelgood zijn, maar dan moet het echt uniek zijn.

*Dat zit 'm in de humor, maar ook in de setting?*

In de setting, de personages, de stijl, de toon. Het kan in alles zitten. In het thema.

*Hoe verhoudt zich het belang van het thema tot dat van de stijl? Is stijl belangrijker dan plot?*

Voor mij is het allebei belangrijk. Maar ik wil niet dat de boodschap gaat overheersen. Er moet een gezond evenwicht zijn. Ik hou niet van programmaboeken, waarin de boodschap ten koste gaat van de stijl en de toon. In de titel die ik net noemde gaat het bijvoorbeeld ook over dierenwelzijn, je hart volgen en ethiek, maar je krijgt niet het idee dat de auteur je oplegt hoe je je moet gedragen. Het is gewoon een heerlijk verhaal waarin je wordt meegenomen, met een lach en een traan. Vervolgens zet het verhaal je aan het denken, dat wel.

*Misschien kunnen we het nog even hebben over de Auteur. Je had het net al even over authorship. Kijk je ook naar de biografie van een auteur?*

Dat is moeilijk te zeggen. Ik heb veel debuten aangekocht, maar ook veel boeken van gevestigde auteurs. Ik denk dat ik in eerste instantie naar het boek kijk, naar de stijl en de toon, en dan pas naar de auteur. De tekst is belangrijker. Natuurlijk is het fijn als een auteur actief blijkt te zijn en er bijvoorbeeld voor openstaat om naar Nederland te komen. Dat geldt overigens vooral voor literaire fictie.

*En als we het hebben over de auteur buiten zijn boeken om? Jullie doen veel historische romans en Tweede Wereldoorlogboeken. Ben je dan bijvoorbeeld extra alert op Holocaustoverlevenden of experts?*

Zeker, bij non-fictie en memoires is de persoon van de auteur cruciaal.

*Je had het net al over een vrij dikke pil. Hanteren jullie een maximum aantal pagina's? Bij duizend pagina's weet je waarschijnlijk wel dat dat niet gaat?*

Zeg nooit nooit. Er zou iets fantastisch langs kunnen komen, dat ondanks de lengte op een groot publiek kan rekenen. Dus ik zou het niet uitsluiten, maar het is wel een heel hoge drempel. Ook dat boek met vijfhonderd pagina's was een moeilijke beslissing. De vertaling is een enorme investering, waardoor ik niet veel kan besteden aan het voorschot.

*En kijk je naar de publicatiedatum?*

Bij Engelstalige fictie wil ik het liefst zo dicht mogelijk op de Engelse publicatiedatum zitten. Maar ik heb ook een boek gekocht nadat het al een grote hit was in Engeland en ik denk toch dat het het in Nederland wel goed zal doen. In principe publiceren we het liefst gelijktijdig met de publicatie van het oorspronkelijke werk. Een half jaar erna kan bij wijze

van spreken nog net. Bij andere talen maakt het me niet uit wanneer we de vertaling publiceren.

*Krijg je weleens aanbevelingen voor titels die al vijf of tien jaar oud zijn?*

Voor literaire fictie wel, maar daar ga ik meestal niet op in. Ik wil echt actuele titels, actualiteit vind ik heel belangrijk. Daar speelt mijn persoonlijke smaak ook wel een grote rol bij. Ik geef graag boeken uit voor het publiek van nu, bijvoorbeeld voor jonge mensen die zich zorgen maken over het klimaat. Ik zou niet snel een boek uitgeven dat tien jaar oud is, tenzij het heel nieuw aanvoelt.

*Heeft dat ermee te maken dat het al eerder is gepitcht? En dus eventueel is afgewezen?*

Als het nooit in Nederland is verschenen, maakt dat eigenlijk niet uit.

*Denk je dat er een verschil bestaat tussen de selectie van een onafhankelijke en een concernuitgever?*

Vast wel. Ik denk dat kleinere uitgeverijen het zich beter kunnen permitteren om uit te geven wat bij hun persoonlijke smaak past. Soms zie ik ook titels voorbijkomen waaraan je kunt zien dat kleine uitgevers het voor hun eigen lol hebben uitgegeven. Dat lijkt me geweldig. Bij een groot concern moet je rekening houden met de potentie. Hoe kan ik dit boek in de markt zetten? Dat moeten kleine uitgeverijen ongetwijfeld ook. Maar ik moet daar echt bij iedere titel heel erg op letten. Ik moet voordat ik iets aankoop een calculatie maken en alles beargumenteren. Maar ik vind dat niet slecht of niet slechter dan. Het hangt er gewoon vanaf wat voor redacteur je bent. Ik heb best een commerciële insteek, ik houd ervan om boeken voor een groot publiek uit te geven en een mooie omzet te draaien, om te zien dat een boek een vlucht neemt. Van zulke commerciële uitdagingen leef ik op. Maar dat past niet bij iedereen. Als je heel literair bent en het als je missie ziet om mooie literatuur uit te geven waarvan misschien niet meer dan vijfhonderd exemplaren verkocht worden, dan denk ik dat je beter af bent als onafhankelijk uitgever. Er worden bij dit concern trouwens ook mooie, kleine titels uitgegeven, die van maatschappelijk belang zijn. Ik denk alleen dat kleine uitgeverijen meer vrijheid hebben.

*Kun je je voorstellen zelf ooit onafhankelijk te worden?*

Nee, ik heb daarvoor niet de ondernemersverve. Ik vind het heel fijn om ergens in dienst te zijn, in een bedrijf waar ik mijn eigen plekje heb. Ik ben heel erg van de inhoud, van het beoordelen van boeken. Hoewel ik graag meekijk bij sales en marketing, ben ik geen ondernemer. Er zijn mensen die daar goed in zijn en voor wie de onafhankelijkheid heel goed heeft uitgepakt. Maar dat zijn mensen met een heel andere habitus en karakter.

*Denk je dat het belang van persoonlijk contact in de afgelopen paar jaar is veranderd? De beurzen worden minder bezocht.*

Ik blijf de beurzen wel heel belangrijk vinden, zeker in mijn nieuwe rol als acquirerend redacteur. Het is goed om een persoonlijk gesprek aan te gaan. Het boekenvak is een mensenvak. Ik kan me niet voorstellen dat de beurzen helemaal zullen verdwijnen.

*Is het ook belangrijk voor de daadwerkelijke rechtenverkoop?*

Ja, dat denk ik wel. Ik kijk heel anders naar een *submission* van een agent die ik goed ken en die ik sympathiek vind. Bij een goed gesprek met een fijn persoon ben ik veel meer geneigd om het serieus te nemen. De kwaliteit van het fonds staat voor sommige van mijn contacten duidelijk voorop.

*Denk je dat het selectieproces onzekerder is geworden in de afgelopen paar jaar?*

Er komt ontzettend veel content op ons af. Soms lees ik ook heel gemakkelijk door pitches heen. Als een pitch me niet beweegt, wijs ik het meteen af zonder naar het manuscript te kijken. Dat is misschien niet helemaal fair, maar ik krijg dagelijks ongelooflijk veel binnen. Het geeft ook veel stress om op een enorme stapel manuscripten te zitten. Je moet snel kunnen filteren.

*Waar kijk je naar als je een pitch krijgt?*

Naast de beschrijving van het boek kijk ik wie de agent is, of er vertaalrechten verkocht zijn, of het een *super lead* is, of een debuut. Dat zijn de dingen waar ik naar kijk voordat ik ga lezen.

*Ik kan me goed voorstellen dat je bij een grappige titel, zoals die waar we het over hadden, meteen geïntrigeerd bent.*

Jazeker. Toen ik de eerste pagina van dat boek las dacht ik ‘wat is dit?!’ Ik had zoiets nog nooit in mijn handen gekregen en wilde meteen doorlezen.

*Hoe zie je de toekomst van de boekenbranche voor je?*

Deze markt is zo moeilijk. Ik denk dat digitaal een steeds grotere rol gaat spelen: het streamen, audio- en e-books. Er is een duidelijke verschuiving van folioverkopen naar digitaal. Dat is problematisch, want je moet als uitgeverij hoe dan ook investeren in een papieren uitgave. De drukkosten en vertaalkosten zijn hoog. Ik ben een beetje bezorgd over de huidige ontwikkeling waarbij je ofwel grote bestsellers hebt of kleine, niche titels, zonder die middenweg. Ik ben bang dat die kloof alleen maar groter zal worden. Zeker als ik kijk naar de mate van ontleding in Nederland en zie dat jonge mensen liever in het Engels lezen.

*Vertalen jullie minder uit het Engels?*

We vertalen met name upmarket en commerciële titels uit het Engels. Onze literaire titels komen uit andere taalgebieden. Daarmee omzeil ik de concurrentie. Ik vind het heel moeilijk te voorspellen, maar ik denk dat we allemaal een beetje commerciëler worden. Die verschuiving is al merkbaar, ook bij literaire uitgeverijen. Bij kleine uitgeverijen misschien niet zozeer als bij een concern, maar je ziet het wel. Op zich vind ik dat niet zo erg, maar ik ben wel bezorgd namens de literaire fictie. Voor de literaire fictie zie ik de toekomst niet zo rooskleurig in.

### INTERVIEW 3: Uitgeverij 3 (U3), Redacteur 3 (R3)

*Je werkt nu voor Uitgeverij 3. Wat heb je daarvoor gedaan?*

We zijn met zijn tweeën eigenaar van de uitgeverij. Daarvoor heb ik bij verschillende literaire concernuitgeverijen gewerkt en bij een agentschap. Ik speelde al wel langer met de gedachte om onafhankelijk te worden, hoe leuk het niet zou zijn om alles zelf te kunnen beslissen. Toen de kans zich voordeed, ben ik dat gaan doen. Als je nu zulke berichten leest, zoals over Simon & Schuster, zijn we blij dat we het vanaf de zijlijn bekijken in plaats van er zelf in te zitten.

Ik ben wel altijd gespecialiseerd geweest in acquisities buiten het Engelstalige. Ik heb me er ook altijd al over verbaasd: hoezo is dat Engelstalige taalgebied zo dominant? Waarom weten we beter wat er in Amerika wordt geschreven dan in Duitsland? Dus daar lag een mooie taak en dat ik Duits lees, helpt natuurlijk mee. Er werd ontzettend veel op Engelstalig gebied geacquireerd, vooral uit Amerika. Er heerste een idee dat de goede literatuur daarvandaan komt. Ik vond dat die blik wel wat ruimer mocht. Zodra ik in de positie kwam om daar iets over te zeggen te hebben, heb ik dat gedaan. Ik heb vroeger veel meer Engelstalig geacquireerd dan nu, maar nog altijd veel meer Spaanstalig en Catalaans. Zuid-Amerika was lange tijd onontgonnen terrein. Na die eerste boom met Márquez en Vargas Llosa heeft dat gebied zo braak gelegen, want niemand kwam onder de schaduw van die mensen uit. Zonde – er wordt zoveel moois geschreven in Latijns-Amerika, dat kun je toch niet gewoon maar allemaal laten gaan omdat je toevallig gefixeerd bent op de Verenigde Staten.

*Is die focus op het Engelstalige nu minder aanwezig?*

Ik vind dat er nog steeds heel veel uit het Engels verschijnt. Maar wat iedereen natuurlijk al een tijdje merkt is dat mensen in toenemende mate in het Engels lezen. Het potentiële verkoopgebied wordt daardoor afgekald. Dat maakt het veel risicovoller om zo op Engelse vertalingen te leunen.

We doen dit jaar een Engelstalige auteur, waarover ik erg heb getwijfeld. Zulke dikke pillen, dat zouden we qua kosten helemaal niet kunnen bolwerken als je tenminste een beetje een eerlijk tarief voor je auteurs wilt betalen. Totdat bleek dat er een grote vertaalsubsidie beschikbaar was. Kun je nagaan dat het al zover is gekomen dat we heel serieus een boek afwijzen omdat het te dik is, maar dat de kaarten op het moment dat er een subsidiegever in beeld komt, anders geschud worden. Maar het kan eigenlijk niet meer, de oplages zijn niet meer zo dat je kunt zeggen: nou ja, vooruit, dat 1/5 Engels-lezende groepje kunnen we wel hebben. De oplages zijn serieus gedaald. Noemde je een boek vroeger een bestseller bij een oplage van 35.000, ben je nu als een kind zo blij als je de 10.000 exemplaren aantikt. Voor ons, als een soort kleine unit, is 10.000 exemplaren een totaal ander getal dan voor een concernuitgeverij waar veel meer mensen werken en veel meer boeken worden uitgegeven die allemaal niet quitte draaien. Directies, kantoren, aandeelhouders – voor een concern is een oplage van 10.000 bij lange na niet voldoende. Je moet heel veel boeken hebben die zoveel of meer verkopen om een heel ecosysteem van redacteurs, uitgevers, bureauredacteurs, marketing, pr, sales en ga zo maar door te kunnen betalen. Zij moeten er dan 100.000 verkopen. Maar we worden allemaal voorzichtig, dat merk ik eraan dat iedereen zich nu veel

duidelijker op het Spaanse en het Duitse gebied gaat begeven. Vroeger kon je in die taalgebieden grasduinen, want er keek niemand naar om. Dat is een verandering.

*Dat is eigenlijk wel ongunstig voor jullie.*

Zeker. Het is ongunstig. Hoewel veel uitgeverijen draaien op wat scouts aandragen. Dat is prima, die kunnen heel goede dingen aandragen. Maar het wordt ook snel duur als veel scouts dezelfde dingen bij al hun cliënten aandragen, die titels blijven onder in dat fuikje hangen. Daar moet je dan per definitie meer voor betalen. Wat je wel merkt is dat uitgevers niet weten wat ze hebben gekocht, omdat ze het niet in de brontaal hebben kunnen lezen. Ik doe dat natuurlijk af en toe zelf ook, maar dan probeer ik bij collega-uitgevers in het buitenland info in te winnen. Door de taal te kunnen lezen, krijg je sowieso een beter beeld van wat je aankoopt.

En vooral heb je al veel langer contact met al die types. Wij hebben ook scouts hoor. Maar als die iets doorsturen, ga ik het ook daadwerkelijk lezen. Er zijn natuurlijk andere manieren om aan boeken te komen, het is niet per se de beste manier, omdat scouts dus vaak op hetzelfde kluitje titels vallen, waardoor het een dure manier is om boeken te verwerven.

Aan de andere kant kun je het niet in steen houwen, want op het moment dat je een goede band met je auteurs hebt en je jezelf voor hen uit de naad loopt... Het is natuurlijk prachtig om bij \*een grote uitgeverij\* uitgegeven te worden, maar je bent wel auteur nummer driehonderd. Je moet voorbij het mooie front kijken en jezelf de vraag stellen of je daartussen komt. Bij ons maak je meer kans.

Het hangt allemaal met elkaar samen. Maar tegelijkertijd denk ik ook: er zijn genoeg boeken voor iedereen, laten we niet hysterisch gaan doen.

*Gelukkig wordt er nog genoeg uitgegeven. Kun je misschien iets vertellen over de waarden van je uitgeverij? Waar zijn jullie naar op zoek?*

We werken als het kan buiten de gebaande paden. We zoeken kwaliteit. Ik zoek geen opvulboeken, geen BN'erboekjes bijvoorbeeld, hoe goed die soms ook kunnen verkopen. We doen ook geen genrefictie, soms trouwens wel fictie die speelt met de conventies van crime. We zoeken heel erg naar auteurs met wie we een boek kunnen máken, een jong iemand die veel verhalen in zich heeft. Ik vind het ook fijn als boeken verder gaan dan het strikt persoonlijke, wat ze *domestic novels* noemen, niet voorbij het tuinhek. Ik hou van romans die weliswaar over relaties, families en vriendschappen gaan, maar waarachter zich een enorm canvas uitstrekt, een laag waartegen zich de personages bewegen.

Ik vind klassiekers soms ook heerlijk. Waarom zinkt de ene auteur weg in de vergetelheid en de andere niet? Het is geweldig om iemand uit die vergetelheid te kunnen ontrukken. Iedereen zoekt natuurlijk kwaliteit, maar het moet vooral gegarandeerd kunnen worden binnen onze constellatie. Je bouwt als het kan aan een solide kijk op wat je met al die boeken doet. Je kunt ze niet meteen uit je handen laten vallen, omdat de volgende vijf alweer om aandacht staan te trappelen. Ik vind het om die reden heel prettig om auteurs persoonlijk te leren kennen. Sommige auteurs komen niet één keer langs voor feedback, maar wel vier of acht keer. Voor auteurs in het buitenland blijft het anders zo abstract, Nederland. Het is zo leuk als die buitenlandse auteurs een soort *extended family* worden, van mensen die iets te melden hebben. Elk op hun eigen manier, zonder pamflettistisch te worden, want daar houden we niet van, het moet gewoon een goed verhaal zijn. Meervoudige thematiek binnen het fonds vinden we ook heel fijn.

Natuurlijk geldt voor het ene boek een ander setje aannames dan voor het andere. Je koopt enerzijds kweekvijverboeken aan, auteurs met wie je een heel lange aanloop hebt, bijvoorbeeld omdat ze weinig schrijven of omdat ze alleen maar korte verhalen doen. Van die auteurs weet je dat je niet meteen het schip met geld binnen zult halen. Je compenseert zulke auteurs altijd met boeken waarvan je een inschatting maakt. Als we van tevoren konden weten of een boek het goed zou doen, zou het niet zo'n ingewikkeld vak zijn. We weten het niet, we doen alleen maar *educated guesses*.

Ik leg de kaartjes uit en vraag Redacteur 3 om ze op volgorde te leggen. R3 vraagt bij sommige dingen om uitleg.

Ik vind Persoonlijke smaak wel erg belangrijk. Maar van ieder kaartje kun je acuut zijn tegendeel aanvoeren. Waarom persoonlijke smaak belangrijk is? Tussen de aankoop en het moment dat het boek in de boekhandel ligt, zit tenminste anderhalf jaar. Je moet het initiële enthousiasme voor een boek kunnen vasthouden.

Eigenlijk bestaan er meerdere mogelijkheden in de volgorde van factoren.

Vertaalsubsidie is zeker mooi meegenomen, bij grote boeken die vertaald moeten worden. Maar doorslaggevend is het niet per se, hoewel het dat soms ook wel is, zoals in het voorbeeld hierboven. Maar dat kwam doordat het een Engelstalig boek was.

Als iets in het buitenland een bestseller is, boeit dat me niet. Het betekent vaak niks. Ik heb bestsellers gekocht, waarvan er in Duitsland drie miljoen verkocht werden, terwijl wij er met moeite drieduizend konden verkopen.

Een eventuele Booker Prize is wél meegenomen. Maar het komt ook voor dat ik een boek dat de prijs wint, al heb gekocht. Dus het is niet doorslaggevend.

Of ik iets op risico koop? Dat doen we zeker, dat is leuk. Ik zou het zelf eerder omschrijven als 'mogelijke ontdekking van een nieuwe auteur die over vijftien jaar belangrijk is'. Uitgevers zijn gokkers. Je hoopt bij ieder boek dat het aanslaat en het kan ook bij ieder boek gebeuren. Als je zou kijken naar veertig jaar top tien in de Bestseller top 60, de afgelopen jaren buiten beschouwing gelaten, want sindsdien is het zo afgekald en wordt het zo volgestouwd met BN'er-biografieën en fitnessboeken. Maar als je kijkt naar de literaire titels, weet ik zeker dat negenenhalf van de tien onvoorzien waren. In ieder geval als je kijkt naar de beginnelingen.

De Aansluiting bij het fonds vind ik een belangrijk punt. Je moet een breed spectrum houden, anders ga je alles op een te smal paadje zoeken. Maar er moet wel een logica in je acquireren zitten. Het fonds bepaalt zelf wat je volgende aankoop wordt, op een vreemde organische manier. Als wij een dieetboek zouden uitgeven, zou dat ongeloofwaardig zijn. De boekhandelaren zouden het niet begrijpen. De logica van het fonds mag ver gaan, volgend jaar doen we bijvoorbeeld een narratief non-fictieboek, een heel moeilijk boek. Maar het is zo leuk en zo goed geschreven dat we hem er toch bijtrekken. Als je honderd boeken doet, kun je best een keer heel aparte keuzes maken, bij twintig boeken ligt het anders.

De Auteur is heel belangrijk. We proberen een auteur uit te geven en geen eenmalige dingen. Als je alleen maar one-offs doet, ontbreekt de consistentie en word je een vergaarbak.

Wat bedoel je met Vertaalrechten verkocht? Dat het aan veel landen verkocht is?

*Bijvoorbeeld. Of aan bepaalde landen.*

Ik weet dat het geldt als een reden om een boek te verwerven, maar het boeit me eigenlijk niet. In het stadium van de acquisitie vind ik het niet belangrijk. Als je tegen de boekhandelaar kunt zeggen dat het in twintig landen verkocht is, is dat wel weer leuk. Maar dan heeft het dus een andere functie, want dan heb je het al gekocht.

*Kijk je wel naar bepaalde buitenlandse uitgevers? Als zij het hebben gekocht, dan moet het wel goed zijn?*

Zeker. Met het clubje cliënten van onze scouts die het complete Europese literaire veld overzien, zijn we onderling vrij veel in contact. Het is interessant om te weten hoe je collega-uitgevers in het buitenland met diezelfde auteurs omgaan. Ook wanneer ze iets *niet* doen is dat interessant. In Engeland zijn ze op het moment wild van Japans. In de buitenlandse fictie top-20 staan zestien Japanse auteurs. Het slaat nergens op, maar ze kunnen me dan wel vertellen met welke auteurs ze veel succes hebben gehad.

Dat past eigenlijk wel bij de Vertrouwenspersoon. Ook als een goede vertaler met iets komt, ben ik geneigd om dat te gaan lezen. Het is wel link om op het oordeel van vertalers af te gaan, omdat vertalers het werkveld van een uitgever volstrekt niet kunnen overzien.

De Lekenkritiek. Dat is net als met de verkochte vertaalrechten leuk tegen de tijd dat je er de boer mee op gaat in Nederland en dan tegen boekhandelaren kunt zeggen dat een boek op Hebban goede lezersreacties heeft opgeleverd. Maar dat is een ander stadium in het hele proces.

*Dus je kijkt niet voordat je iets aankoopt op Goodreads?*

Nee. Voor ons is het op dat moment belangrijker hoe de pers in eigen land ernaar kijkt. Ook dat is niet doorslaggevend, maar op het moment dat wij onze folder maken, is het heel fijn om perscitaten op te nemen. Als er geen recensies zijn, of bijvoorbeeld prijzen, is het heel lastig om de aandacht van een boekhandelaar te trekken. Maar als die goede recensie of die prijs op het moment van acquisitie al je hoofdargument is om iets aan te kopen, dan is dat zwak.

*Wat moet er dan in een pitch staan? Waar let je op?*

Als een buitenlandse collega zegt dat ze iets heel goed hebben kunnen verkopen, bijvoorbeeld omdat de auteur het goed doet op festivals, dan heb je extra informatie waardoor je gaat kijken. Je moet je voorstellen dat er een enorme zeef is vol boeken uit de hele wereld. Waar zitten je filters? Als je achttien boeken per jaar doet, heb je ontzettend veel filters nodig. Je zegt veel vaker nee dan ja. Wat zijn die filters? Scouts, vertalers, buitenlandse collega's, een leuke auteur, goede kritieken, enzovoorts. Maar als je iets fantastisch leest, zonder er verder iets over te weten, kun je het niet om die reden laten liggen.

Wat je in de gaten moet houden is de balans tussen deze dingen. Je kunt niet alleen maar titels doen waar je meteen wous van bent als dat auteurs zijn die hoog in de boom zitten. Daar kun je niet op draaien. Je kunt zulke auteurs uitgeven, omdat je ook bestsellers uitgeeft. De financiering draait op die paar boeken die bestsellers worden. Terwijl je vroeger nog wel een soort piramide had, waarin de middenlaag bestond uit boeken die tussen de zes- en twaalfduizend boeken verkochten, daarboven een paar bestsellers die je eigenlijk niet moet meetellen omdat dat kersen op de taart zijn, en dan daaronder een soort basis van boeken die quitte spelen of waarop je verliest. Dat kan elkaar allemaal prima in stand houden.



We zitten in dit vak op het scherp van de snede tussen de kunst en het bedrijf. Maar nu is die piramide een soort naald geworden, waarbij iedereen hoopt dat een van de moleculen van die naald een boek is dat goed verkoopt. Die brede middenbasis is verdwenen en dat maakt het zo lastig.

Al die filters zijn op dat gebied van belang. Ik kijk natuurlijk toch of ik ergens potentie in zie, een boek dat mogelijk heel goed kan aanslaan. Het is altijd een gok. Nu geven we bijvoorbeeld iets uit waarin veel actuele thematiek zit. Wat we op dit moment op social media lezen, zit allemaal in dat boek. Of je daarmee al vijfduizend exemplaren verkocht hebt? Nee, dat niet. Maar het scheelt wel dat de timing zo goed is. Het is geen garantie op een bestseller, het is wel een Duitser, dat is altijd moeilijk. Maar goed, dingen als thema en bestsellerpotentie zijn wel overwegingen, omdat je van de kleine boeken alleen niet kunt leven. We hebben wel een paar middenmootjes, maar je zoekt eigenlijk nog een boek dat een bestseller kan worden, met behulp van die *educated guesses*.

*Dat is het spannende ervan.*

Het spannende én het frustrerende. Je moet eelt op je ziel kweken, want bij ieder boek dat het niet doet, bloedt mijn hart, dramatisch gezegd.

*Had je dat altijd al, ook voordat je onafhankelijk werd?*

Ja. Want je hebt altijd in je achterhoofd dat het kan gebeuren, dat een boek aanslaat en groot wordt. Bij de concernuitgeverij heb ik dat ook zien gebeuren. Het is niet het belangrijkste, maar wel een deel van de motor achter al dat harde werken. Niet dat je er rijk van wordt. Je kunt maar beter veel motivatie hebben, want eigenlijk zijn de risico's te groot om geld uit te geven aan boeken. Eigenlijk is het bizar. Dat is waar literatuur en handel elkaar ontmoeten. Dat geldt misschien niet voor de managementboeken en de dietboeken. Wij hebben het over literatuur, over fictie. Het is het mooiste, maar ook het moeilijkste segment van allemaal. Het publiek is een veelkoppig monster en je weet niet wat het op het ene of het andere moment wil lezen. In ieder geval kan professionele kritiek zeker meetellen in het acquisitiestadium, als een soort doorslaggevend dingetje.

Het Thema vind ik... hm. Ik wil geen politieke pamfletten uitgeven, het blijft wel literatuur. Ik kijk wel degelijk of er in een boek dingen zitten waar we momenteel veel mee bezig zijn, dat kan meehelpen. Maar we hebben ook boeken waar dat helemaal niet zo is. De thema's in de maatschappelijke debatten schuiven best snel. Je kunt er dus bijna geen aankoopbeleid op baseren. Anderhalf jaar later maken we ons weer druk over andere dingen. Je moet daarom op zoek gaan naar een kwaliteit die het rechtvaardigt om een boek uit te geven, die onafhankelijk is van het moment van uitgeven. Goede literatuur is niet gebonden aan een tijd en een plek. Je herkent er misschien wel een tijd of plek in, maar het is nog steeds op elk moment van belang. Als je al te zeer in trends gaat denken, ben je, als je vertaalde literatuur uitgeeft, weg. Dan ben je per definitie te laat. Tegen een Nederlandse auteur kun je zeggen: we willen over drie maanden een boek over onderwerp X. Een maakboekje.

Stijl vind ik altijd belangrijk. Maar ja, ik houd heel erg van dunne, uitgebeende boeken en van ongelooflijke, omslachtige verhalen. Mijn smaak is dus heel breed. Als je leest, moet het totaalplaatje kloppen. Als je merkt dat je ergens in meegezogen wordt, doet het thema er bijna niet meer toe. De kwaliteit moet zo zijn dat het boek boven de huidige gespreksonderwerpen uitstijgt. Als redacteur moet je proberen consistentie in je boeken te krijgen, zodat je het over vijftig jaar ook nog kunt lezen. Literatuur moet universele dingen beschrijven.

Brontaal- en cultuur. Ik zit erg op het Spaans- en Duitstalige, maar we doen ook wel veel andere dingen, Noors bijvoorbeeld of Wit-Russisch. Je kunt wel wat specialisatiegebieden hebben. Als je de dingen zelf kunt lezen, is dat wel een groot voordeel. Als je \*Uitgeverij 3\* zegt, dan moet het ook wel overal vandaan kunnen komen. Spaans is natuurlijk ook een enorm taalgebied.

*Als je bijvoorbeeld Duitstalig doet, kijk je dan vooral naar Duitsland?*

Nee, ook naar Zwitserland en Oostenrijk. Oostenrijk is weer heel anders, best wel raar.

*Op mijn werk bij het agentschap horen we soms van uitgevers terug dat iets té Oostenrijks is of te Zwitsers. Ik vraag me dan af waar dat hem in zou kunnen zitten en waarom dat dan niet relevant zou kunnen zijn voor een Nederlandse lezer. Maar ik ben natuurlijk bevooroordeeld, omdat ik Duits gestudeerd heb.*

Dan ben je dat zeker! Maar het is hetzelfde als dat wij niet snappen dat mensen in het buitenland Lucas Rijneveld willen lezen, we vragen ons af of iemand elders kan begrijpen wat er bij hem gebeurt. Dat zijn heel beperkende gedachten. We geven geregeld boeken uit over onderwerpen die op het eerste gezicht niet zo spannend zijn, bijvoorbeeld een boek in \*een perifere taal\*, dat zich afspeelt in de veertiende eeuw. Maar eigenlijk gaat het over onze huidige maatschappij, de auteur houdt ons een spiegel voor en verpakt dat in een middeleeuws verhaal. Dat die setting niet zou functioneren, is een beperkende gedachte.

Je kunt wel geloven dat iets te lokaal is. Soms raden onze buitenlandse auteurs het ons ook af om dingen uit te geven, precies om die reden. Maar als iets zich afspeelt in een Alpijns dorpje, dan is het niet gezegd dat dat niet kan aanslaan bij ons. Waarom niet, jaarlijks trekken we met zijn allen naar de bergen. Je zou toch kunnen zeggen dat het lijkt op Franka Treurs *Dorsvloer vol confetti*? Waarom zou dat het in het buitenland wel goed doen, en een of ander lokaal Oostenrijks boekje hier niet?

Maar er is gewoon zo ontzettend veel. De criteria om iets af te wijzen zijn enorm wijd. En je tijd is beperkt. We moeten vaak iets afwijzen, omdat er een eerste bod is gedaan en wij niet binnen drie dagen kunnen beslissen of we willen meebieden of niet. Ik zou niet weten wanneer ik het nog zou moeten lezen.

We hebben nog een paar kaartjes. Wat bedoel je precies met Factsheet?

*Ik bedoel hier specifiek of het iets uitmaakt hoeveel pagina's een boek heeft en wat de publicatiedatum is.*

Nee, dat maakt niet uit. We hebben veel boeken gedaan met ruim duizend pagina's, ook boeken die nog niet uit waren in het buitenland waardoor we dus nog helemaal niet wisten wat het zou doen. En we hebben ook boeken gedaan die zeventig jaar geleden uitkwamen. Dan is het overigens lang genoeg geleden om als moderne klassieker te gelden. Er is misschien wel iets met boeken die net vijf, zes jaar geleden zijn verschenen. Dat is een beetje vlees noch vis. Maar als het dan toevallig gaat over iets wat helemaal aansluit bij de huidige lezer... *Anything goes*. Het factsheet is vooral handig, maar het maakt niet veel uit. Het is wel zo dat als ik net vier dikke boeken heb aangekocht, ik bij een vijfde waarschijnlijk zal denken: deze sla ik even over. Maar dat is dus een kwestie van toeval.

Wat betreft het Genre. Wij doen overwegend literaire fictie.

*Dus dat is wel belangrijk.*

Maar ook breed. We doen ook wel wat narratieve non-fictie.

*En een paar dieetboeken.*

Precies, maar dat weet nog niemand haha.

Maar goed, je kunt deze kaartjes op veel verschillende volgordes leggen. En dat komt dus doordat je de hele tijd een balans aan het zoeken bent in wat je doet. Dat hebben vast meerdere mensen tegen je gezegd.

*Zeker. Ik heb nog een paar losse vragen. Deze kan jij natuurlijk goed beantwoorden: maakt het voor de selectie uit of je in een onafhankelijke of concernuitgeverij werkzaam bent?*

Ik kon bij \*een van de concernuitgeverijen waar ik gewerkt heb\* volkomen mijn gang gaan en ik heb altijd wel een beetje die balans gezocht tussen verkoopbare literatuur en gewoon schitterend mooie dingen. Doordat we de uitgeverij destijds nieuw konden vormgeven, was er veel mogelijk. Bij \*een andere concernuitgeverij\* was het lastiger, omdat die al zoveel langer bestond. Ik kon wel zeggen wat we gingen doen, maar niet wat we ermee gingen doen zodra het er was. De acquisitie zelf verschilde niet zoveel, tussen toen en nu.

Op de voorschotrem staat iedereen al een hele tijd. Je hebt minder geld tot je beschikking, dus we doen niet mee aan veilingen. Dat moet een groot concern maar betalen. Wij kunnen dat niet. Wij bieden andere dingen. Dat maakt het ook makkelijk. In die zin acquireert het dus wel anders. Maar als je er op tijd bij bent, omdat je goede scouts hebt, wat in ons geval zo is, dan kun je vaak voorkomen dat er een veiling komt, omdat je het dan al hebt gekocht. In dit moeizame tijdsgewricht, waarin het lastig is om boeken überhaupt verkocht te krijgen, zullen buitenlandse uitgeverijen en auteurs eerder voor onze toewijding kiezen dan voor die zak met geld. Niet dat ik het een schrijver van literaire fictie ooit kwalijk zou kunnen nemen om voor die zak met geld te kiezen. Maar we proberen de situatie zo te hebben dat een auteur er niet eens over na hoeft te denken of hij wel of niet bij ons wil.

Ik heb altijd geprobeerd om auteurs die ik mooi vond voor niet al te veel geld naar binnen te hengelen. Voor bestsellers geldt wat anders, daar betaal je de eerste keer een klein voorschot voor en daarna zet de agent er een prijs op, die je dan maar moet betalen. Dat is natuurlijk makkelijker als je een concernuitgever bent. Toch halen we ook nu over het algemeen binnen wat we binnen willen halen.

*De volgende vraag is misschien niet helemaal van toepassing op jullie, omdat jullie nog vrij jong zijn. Maar heb je het idee dat je nu met meer onzekerheid te maken hebt dan een aantal jaar geleden?*

Ja, absoluut. Het gaat wel over meer dan een paar jaar. Het is altijd wel een beetje een tombola geweest wat het publiek betreft. We hadden het er net al over dat de aantallen serieus zijn veranderd. De idiote dingen zoals we die bijvoorbeeld hebben gezien met *Fifty Shades of Grey* en dat soort boeken, maar ook bestsellers als Stieg Larsson waarvan er destijds miljoenen zijn verkocht: van dat soort aantallen kun je heel veel andere boeken financieren. Die aantallen haal je niet meer, terwijl de kosten alleen maar stijgen. Het mes snijdt inmiddels niet meer aan twee kanten, maar aan drie of vier. Dus het is zeker wel onzekerder geworden.

De ontleding is natuurlijk niet goed. De enorme hoeveelheid aan andere vormen van vermaak op je beeldscherm trekken potentiële lezers weg. Boeken worden door veel mensen als heel duur ervaren, terwijl met z'n tweeën naar de bioscoop duurder is dan het duurste

boek. Het btw-idee van het nieuwe parlement is een enorme klap. Het aantal lezende mensen neemt gewoon af. Er zijn allerlei kortetermijndingen die tussendoor komen, maar als je uitzoomt, is die afname niet te ontkennen. Vooral dat al die andere vermaaksvormen zo geraffineerd zijn geworden, speelt daarbij een rol.

*Je ziet die twee dus wel als concurrenten van elkaar: Netflix en boeken?*

Jazeker. Vroeger had je drie tv-zenders en nu heb je alles *on demand*. Je moet toch oppassen dat mensen niet helemaal vervreemd raken van het handige van een boek: je hebt niks nodig, je hoeft niks op te laden, je kunt het overal mee naartoe nemen. Voor jongere mensen is lezen niet meer vanzelfsprekend. Hoe krijg je die ooit weer aan het lezen? Over de lange termijn kalft het af. Maar er wordt nog steeds heel veel uitgegeven, dus we concurreren allemaal met elkaar op de vierkante millimeter om de aandacht van de lezer die ook allerlei andere dingen kan doen. We zullen zien hoe lang dit nog goed gaat.

*Het zijn spannende tijden. Ga je eigenlijk nog naar boekenbeurzen? Toen ik in Frankfurt was zei iedereen dat het zo rustig was, ik kon dat niet inschatten, want het was mijn eerste keer.*

Ja, dat is een beetje onzinnig. Door corona hebben we gedacht dat alles ook prima online kan. Maar het probleem daarmee is dat de *buzz* die je op een beurs hebt, niet voorbij het scherm komt van degene met wie je spreekt. Het was ongelooflijk hard werken voor al die agenten en foreign rights-mensen die onwijs veel online meetings hadden, maar niet konden profiteren van het gecreëerde extra dat op een beurs wel kan ontstaan. Als je iemand een aantal keer gezien hebt, kun je prima een jaar zonder. Maar helemaal afschaffen is onzinnig. Je kunt iemand maar zoveel keer per email spreken. In persoon bijkletsen is zo belangrijk.

Ik denk zelfs dat het persoonlijke, juist doordat alles gedigitaliseerd raakt, steeds belangrijker wordt. Waarom vinden mensen het zo leuk om live een handtekening van een auteur te krijgen? Veel dingen gebeuren al op een scherm en dat is heel onpersoonlijk, net als bol.com en Amazon. Het is fijn om in het echte leven wat persoonlijke aandacht te krijgen en niet alles op efficiëntie te doen. Voor dit vak zou dat volkomen de dood in de pot betekenen. Als je efficiënt wil zijn, moet je niet in de literatuur gaan zitten. Dat sluit elkaar bijna uit.

*Sommige mensen zeggen dat het overal in de markt commerciëler en dus efficiënter wordt.*

Ik weet het. We zijn heel efficiënt, omdat we zo weinig tijd hebben. Maar niet in die zin dat we dan maar gemakkelijk in het gehoor liggende boekjes gaan doen.

*Jullie bewegen niet naar de markt toe?*

Nee, er zijn er al genoeg die dat doen. We proberen eigenlijk boeken uit te geven waarvan mensen op dit moment nog niet weten dat ze die willen lezen. Dat is het leukste. Alleen maar naar de lezers *toe* uitgeven is bijzonder oninteressant, want dan heb je dus nooit een baanbrekend boek. Dan gaat de marketeer op de stoel van de uitgever zitten, waardoor je bland, middle of the road, ‘passend bij’ boekjes krijgt. Dan heb je het niet meer over literatuur, maar doe je commercieel. Dan wordt het ook nooit meer verrassend.

In Nederland zijn de luiken al een hele tijd dicht, maar we hoeven dat niet te versterken. Ik wil niet zeggen dat we daar een missie hebben, maar ik vind wel dat je er een klein tegenwichtje aan kunt geven door te zoeken naar die verrassende boeken. We doen boeken

met een toegankelijke stijl, maar ook boeken van auteurs die hun boek *zijn*, die zijn niet voor iedereen. Toch gaat literatuur zeker niet altijd over moeilijk.

R3 laat me enthousiast het omslag van een nieuw boek zien en vergelijkt dat met het oorspronkelijke omslag.

Het is dus wel echt een dikkerd.

*Zeg dat. Ik ken ook redacteurs die zouden zeggen: dat kunnen we niet doen, want dat kunnen we niet betalen.*

Dit is voor ons doen een commercieel boek, ik denk niet dat we hier vertaalsubsidie voor gaan krijgen. Dit boek kost nu al 10.000 euro en dan heb je nog geen boek geproduceerd, laat staan verkocht. Die hele out-of-pocket stroom die uitgeven is, is natuurlijk krankzinnig riskant. Een Duitser met zo'n Duits klinkende naam doet het niet echt leuk hier in Nederland. Je ziet een aantal dingen die deze auteur niet mee heeft en dat heeft meteen effect.

*Veel Duitse auteurs in de YA- en feelgoodhoek schrijven onder een Engels-klinkend pseudoniem. Het lijkt te werken.*

We hebben weleens een schrijver uit het Duitstalige taalgebied gedaan die onwijs goed verkocht. Daar heeft zijn Engels klinkende naam wel aan meegeholpen. Ik heb ook weleens overwogen om een Duitse naam er Pools uit te laten zien door een paar letters weg te laten. Ik heb het niet gedaan, maar het werkt vaak wel zo. Dat is dat boek waarvan er in Duitsland drie miljoen verkocht zijn en bij ons maar drieduizend. De naam heeft zeker invloed.

*Gewoon de auteur van het kaft halen. En in plaats daarvan de vertaler erop.*

Die had wel een naam die in Nederland heel goed had kunnen werken, haha. Bij sommige boeken is het zaak dat we, nog voordat het in vertaling verschijnt, een paar boekhandelaren overtuigen. Maar er zijn er bijna geen meer die Duits lezen. En er is überhaupt geen hond die Spaans leest. Je kunt eigenlijk alleen met Engels iets doen, bij boekhandelaren en recensenten. Dat maakt het lastig om ver van tevoren boeken voor te koken. Je kunt pas als je de vertaling hebt serieus met iets aan de slag. Maar dan heb je de folder al gemaakt. Eigenlijk wil je soms dingen in de folder opnemen voordat je naar de drukker gaat, denk aan citaten van boekhandelaren of van de Nederlandse pers.

Hoe langer ik het erover heb, hoe bizarder het vak wordt. Ben jij nou zelf geneigd om het vak in te gaan als je al deze ellende hoort? Het is wel het leukste wat er is hoor.

*Het lijkt me zeker heel leuk. Maar ik denk dat ik niet handig genoeg zou zijn, niet marktgericht genoeg. Dat ik vooral zou kijken naar wat ik zelf een goed boek vind, dus dan zou ik allemaal Zweedse en Duitse boeken uitgeven die ik heel mooi vind.*

Iedereen die roept: 'we geven dit uit, want dit wordt een bestseller', die liegt. Je kunt wel zeggen dat je naar de trends moet kijken en proberen een mechanisme te ontwikkelen dat feilloos aangeeft hoe je een bestseller maakt, maar dat is uiteindelijk allemaal onzin. Er zijn directeurs die serieus aan ons gevraagd hebben: waarom koop je niet alleen de bestsellers? Dat zijn mensen die ver verwijderd zijn van de uitgeefrealiteit. Je eigen belangstelling en interessegebied is juist heel erg belangrijk. Want daarop houd je het vol.

*Als mens.*

Ja. Ik heb heel lang gedacht dat als ik een boek goed vind, er nog vierduizend mensen te vinden moesten zijn die het ook goed vonden. Zodat we uit de kosten zijn. Je moet er zo simpel over nadenken, want al het andere kun je niet weten, je hebt er geen controle over. Ik heb geen buitenissige smaak. Nu ik mijn eigen uitgeverij heb, denk ik er langer over na voor ik iets koop. Het is tenslotte ons eigen geld waar we mee spelen. En toch is het soms zo dat als ik iets lees en meteen overtuigd ben, dat ik het in een opwelling koop. Je moet er wel iets leuks mee doen, als je een onbekende auteur wilt introduceren. Maar ik geloof dat als iemand zo goed kan schrijven dat hij of zij het onderwerp, waarover geschreven wordt, ontstijgt, dat er voor iedereen wat bij zit.

*En dan blijft het ook op de backlist verkopen.*

Ja, dan behoudt het zijn waarde, ook als je het over vijftig jaar zou lezen. Je zoekt ook naar blijvende titels. Het plankleven van een boek wordt steeds korter. Vroeger kon je de tijd nemen om een boek op te kweken. Dat kan allemaal niet meer, een boek moet zich nu binnen zes weken bewezen hebben, maar welk boek kan dat? Niet ieder boek kan een instant bestseller zijn. Het spelletje is veel ingewikkelder geworden, maar het is wel het leukste spelletje dat er is. Het is geweldig leuk om auteurs te vinden die iets te vertellen hebben. Dat wint het altijd. Tenzij je failliet gaat. Tijdens corona was dat voor ons niet ondenkbaar. Het was hangen en wurgen, zeker in jaar twee. Maar het tweede coronajaar heeft een enorme wissel getrokken, op alles en iedereen.

*Hebben jullie ook veel last gehad van het papiertekort?*

Ja, en van die hoge energieprijzen. Dat was lastig. We moesten begin 2022 beslissen hoeveel papier we zouden bestellen voor een boek dat pas eind dat jaar uit zou komen. Je koopt papier aan voor een oplage die je zes weken voordat het boek uitkomt, bedenkt. Je tast volledig in het duister. We hebben besloten wat meer te bestellen, want als een boek het heel goed doet en je kunt niet bijdrukken, dan is dat natuurlijk heel zuur. Tegen de tijd dat je hebt bijgedrukt, is de belangstelling alweer weg. Gelukkig hebben we het goed ingeschat. Die auteur is nu een vaste waarde in de Nederlandse literatuur.

En wat ga jij nu doen? Je schrijft een hele scriptie over het uitgeven en nu? Dan maar op een advocatenkantoor werken?

#### INTERVIEW 4: Uitgeverij 4 (U4), Redacteur 4 (R4)

*Hoe lang werk je al als redacteur? Hoe ben je er ingerold?*

Inmiddels al twintig jaar. Het is een soort van organisch gegroeid, het was niet per se de bedoeling dat ik redacteur zou worden.

*Waar staat je uitgeverij voor? Wat voor vertaalde fictie geven jullie uit?*

We zijn op zoek naar toonaangevende schrijvers, naar hoogstaande kwaliteit. Vaak vrij literair, van toegankelijk tot experimenteel. We hebben op zich die volle breedte, alhoewel dat wel steeds lastiger wordt. Aan de ene kant hebben we onze oude backlist, de klassiekers, waarbij het ook wel wat aandacht vergt om die boeken goed leverbaar en zichtbaar te houden. Tegelijkertijd richten we ons op de stemmen van de toekomst.

Het land van herkomst maakt niet zoveel uit, we proberen van over de hele wereld te acquireren. Een paar jaar geleden werd er heel veel Angelsaksisch uitgegeven en dat is de laatste paar jaar veel meer Europees geworden.

*Ik kan wel raden waar dat mee te maken heeft.*

Onze vorige redacteur had veel contacten in het Engelstalige gebied, waardoor hij heel veel grote Engelse namen aankocht. Ik lees zelf ook het gemakkelijkst Engels. Maar een van de redenen is inderdaad ook dat er te veel concurrentie uit het Engels is, iedereen acquireert het. Lezers lezen heel vaak Engelstalig, dus je moet af en toe wel verder zoeken om toch een beetje uit de kosten te kunnen komen.

*Dus het acquireren van Engelstalig heeft vooral met gemak te maken?*

Ja, voor een deel wel. Maar ik denk ook dat er voor het Nederlandse lezerspubliek veel herkenbaars zit. De pers begrijpt het goed, er worden films van gemaakt... Het Engels staat sowieso dicht bij het lezerspubliek, maar het probleem is natuurlijk dat lezers het ook in de oorspronkelijke taal kunnen lezen. Dus ik denk dat dat niet zozeer veranderd is, maar wel dat wij zien dat de oplages van uit het Engels vertaalde werken steeds verder teruglopen, waardoor je niet meer uit de vertaalkosten komt. Het is veiliger om iets uit het Duits, Frans, Italiaans of Noors te kopen.

*Dat klinkt heel erg marktgestuurd.*

Ja. Het is ook een kwestie van gemak voor de redacteur: ik kan het lezen, dus dat is handig. Maar dat is niet het enige. Als je kijkt naar de grote vertaalde bestsellers, zijn het bijna altijd Amerikaanse of Britse schrijvers. Ik denk niet dat dat per se is veranderd. Het gaat meer over de angst voor de concurrentie door de Engelstalige editie. Ik vind het zelf ook alleen maar fijn dat we een veel breder scala aan boeken hebben die we uit kunnen geven, het geeft veel mogelijkheden. Een bijkomend voordeel van niet-Engelstalige boeken zijn ook de vertaalsubsidies, waardoor de keuze ook weer makkelijker gemaakt wordt. Toch geloof ik dat we nooit zonder die Engelstalige boeken zullen kunnen, we zullen uit het Engels blijven vertalen, zolang er genoeg publiek voor te vinden is.

*Maar als ik je goed begrijp, geven jullie vooral uit wat je zelf kunt lezen. Stel dat jullie redacteurs hadden die Japans of Spaans lezen, dan zou er ook uit die talen worden*

*geacquireerd. Ik bedoel dat niet per se als iets negatiefs, omdat het me heel goed lijkt om iets te lezen voor je het aankoopt.*

Uiteindelijk kopen we best veel talen aan die we niet lezen. Voorheen hadden we ook wel redacteuren die Frans of Italiaans lezen en dat missen we nu wel. Het is heel fijn om iets zelf te kunnen lezen. Ook al krijg je nog zulke goede rapporten en lees je dat een boek een prijs heeft gewonnen of heel mooie recensies heeft gekregen, kan het moeilijk zijn om de stap te zetten om ergens daadwerkelijk voor te gaan.

*Het is een risico.*

Klopt. Maar met boeken uit het Japans of het Fins is het sowieso lastig. Daar leer je mee werken. Ik denk dat dat op zich geen belemmering is om iets te kopen. Andersom wel: als een boek uit Spanje komt en \*bepaalde uitgeverijen die veel Spaans doen\* kopen het niet aan, dan ga ik ervan uit dat het wel niks zal zijn. Zij kunnen dat namelijk zoveel sneller en beter beoordelen dan ik.

*Je kijkt dus ook naar wat andere uitgevers in Nederland doen.*

Zeker.

*En als je wel een boek uit Japan of Finland koopt, waar kijk je dan wel naar?*

Er zijn verschillende manieren waarop een boek bij ons kan komen. Soms via vertalers die ons laten weten dat iets heel bijzonder is en dat we ernaar moeten kijken. Dat is voor ons heel waardevol. Sommige vertalers zien beter in dan anderen wat urgent is en wat ze gewoon heel mooi vinden. Daar zit best wel een groot verschil tussen. Daarover moet je met elkaar communiceren. Het kan ook van onze scouts komen. Dat is denk ik ook een verschil met kleine uitgeverijen. Weet je wat scouts zijn?

*Die werken vanuit het buitenland, toch?*

Precies, wij hebben bijvoorbeeld een scout in Engeland die voor ons werkt, maar ook voor allerlei vergelijkbare uitgeverijen in Europa, in elk land werken ze voor één uitgeverij. Ze schrijven rapporten over alles wat verschijnt en een beetje belangrijk is. Doordat ze voor al die uitgeverijen in Europa werken, hebben ze een veel groter bereik. Wij betalen ze een maandbedrag. De scouts maken voor ons een eerste voorselectie van dingen die belangrijk zouden kunnen zijn. Ik ben zelf niet in staat om vijftig dingen op een dag te bekijken, dus het is superhandig om dat filteren uit te kunnen besteden.

Agenten vinden alles wat ze sturen even briljant omdat ze het proberen te verkopen, terwijl de scouts alleen van een kleine selectie zeggen dat we er echt naar moeten kijken. Dan nog kopen we maar een fractie van wat ze aanraden aan. Dat is voor ons een heel belangrijke manier om erachter te komen wat er uit Finland of Japan echt de moeite waard is om te bekijken. Wat we ook steeds vaker zien zijn de Engelse *sample translations*. Ook die geven ons een idee van het boek. Nadeel is wel dat die vaak niet heel goed zijn, ze zijn snel gemaakt of met AI. Ook als er nog iemand overheen gaat, voelt het niet als een tekst die door een vertaler is gemaakt. Het is best moeilijk om daar je keuze op te baseren, maar het is toch iets.

Dat zijn de voornaamste manieren waarop wij boeken te zien krijgen en besluiten er al dan niet iets mee te doen. Als ik het op volgorde zou moeten zetten, zou ik zeggen dat de scout het belangrijkste is, daarna de agent, omdat die een deelvertaling meestuurt en laat zien aan wie



het verder in het buitenland is verkocht. Als dat een indrukwekkende lijst is, is er vaak wel iets aan de hand. Daarna komt de vertaler. Als vierde kan het soms belangrijk zijn dat een boek is genomineerd voor een prijs. Bijvoorbeeld laatst toen jullie mij een boek stuurden dat voor \*een belangrijke literaire prijs\* was genomineerd.

*Oja. Daar waren twee biedingen voor die eigenlijk heel veel op elkaar leken.*

Als uitgever heb je uiteindelijk ook maar beperkte mogelijkheden.

*Vooraf voor zo 'n heel literaire titel of niet?*

Ja, uiteindelijk ben je met zulk soort titels volstrekt afhankelijk van de pers. Voor de boekhandel is het moeilijk om er vol op in te stappen, want je kunt niet meteen enorme aantallen gaan drukken. Het is moeilijk te voorspellen hoe zo'n boek gaat lopen. Het is in ieder geval wel een prachtig boek, dus dat is iets.

*De nominatie voor die prijs trok je aandacht, maar het is niet per se zo dat je er daardoor van uitgaat dat het een heel goed boek is dat je sowieso zult willen uitgeven?*

Nee, integendeel. Het is meer zo dat je denkt: 'ah, die ken ik nog niet, daar moet ik eens naar gaan kijken'. Het is wel een soort kwaliteitsstempel, je weet dan dat het een goed boek is, maar het is zeker niet voldoende om iets op aan te kopen.

*Ook niet als het boek de prijs wint?*

Nee. Van de vorige winnaars van \*die prijs\* zijn ook lang niet alle boeken in het Nederlands vertaald.

*Hoe zie je de uitgeefwereld op dit moment?*

Heel moeilijk. Ik denk dat kleine uitgeverijen andere moeilijkheden hebben dan wij. Als \*een kleine uitgeverij\* een boek maakt en er 1500 van verkoopt is dat prima, maar als wij er 1500 verkopen, maken we verlies. Dat komt doordat hier veel meer mensen werken, het apparaat veel duurder is en we geld moeten betalen aan het concern. De oplages moeten gewoon groter zijn.

We merken dat de aantallen enorm teruglopen. En er is heel veel, waardoor de pers steeds moet kiezen waar ze ruimte aan besteden. Voorheen wisten we altijd dat als we een boek uitgaven van een bepaalde auteur, er binnen twee weken een recensie in *de Volkskrant* zou staan en nu heb je geen idee meer of dat zal gebeuren.

Daarnaast koopt de consument gewoon minder. Hij is minder loyaal aan auteurs: als je vroeger van een auteur 50.000 exemplaren verkocht, zijn dat er nu nog maar 10.000. Ik zie het vooral voor de literatuur een beetje somber in. De commerciële boeken hebben het ook niet makkelijk, maar daar zit wel meer ruimte in. Voor vertaalde literatuur is het in de afgelopen twintig jaar zeker niet makkelijker geworden.

*Waar komt dat door?*

Ik denk dat mensen minder boeken kopen, in ieder geval van vertaalde literaire auteurs. Ik denk dat vooral deze hoek het zwaar heeft. Er wordt ook heel veel Engels verkocht. En ik denk dat mensen andere dingen doen met hun tijd. In de trein zit iedereen op z'n telefoon. Ik ben bang dat mensen een andere tijdsbesteding gevonden hebben. Iedereen in mijn

vriendengroep kijkt 's avonds series, niemand leest nog een boek. Ik denk dat het heel gemakkelijk is geworden om heel goede verhalen op een andere manier tot je te nemen dan door het lezen van een boek. Sneller, makkelijker, laagdrempeliger.

Je vraagt je dan af of het bij andere uitgeverijen beter gaat, maar eigenlijk zie je dat iedereen die vertaalde literatuur uitgeeft, worstelt met dezelfde problemen. Wij hebben dan nog mazzel dat we een heel grote backlist hebben met auteurs die elk jaar goed verkopen. We hebben een aantal grote namen die om de zoveel jaar met een goed boek komen. We zijn hier altijd bezig met interne subsidiëring: als we in de breedte genoeg goedlopende titels hebben, dan kunnen we alles blijven doen. We zijn op zoek naar die balans. We moeten genoeg tegenover de kleine boekjes kunnen zetten. Een \*verhalenbundel uit een kleine taal\* moet je ook een beetje verdienen vind ik. Je moet eerst iets vinden dat het goed doet, zodat je daarna ruimte hebt om het kleine te proberen.

Tien jaar geleden was ik optimistischer. Toen ik hier begon, verkochten we nog enorme aantallen en dat is er echt wel vanaf. Toch wordt er nog steeds ontzettend veel aangekocht en vertaald, dus het is niet zo dat het ophoudt, maar er moet ergens wel een balans komen in wat de lezer aankan.

*Je zei net dat het moeilijker is om in te schatten of een boek gerecenseerd zal worden. Heeft dat ermee te maken dat er te veel is? Of is er ook gewoon minder aandacht voor literatuur?*

Er is in de krant sowieso minder ruimte voor literatuur en de focus ligt met name op non-fictie. Dat komt doordat het makkelijker is om een pagina over non-fictie vol te pennen. Bij sommige romans is het best wel ingewikkeld om er een goed artikel over te schrijven. Er zijn heel veel kleine uitgeverijen die veel titels uitbrengen. Het zijn goede titels, prijswinnaars en zo, maar ze zijn vooral ook heel dun. Als je zou turven, zou je zien dat er veel meer boeken van \*kleine uitgeverijen\* worden gerecenseerd dan van concernuitgevers. Natuurlijk heeft dat er voor een deel mee te maken dat de kwaliteit gegarandeerd is: het zijn goede schrijvers, goede vertalingen, mooie uitgaves, et cetera, maar ze zijn ook gewoon vrij klein. Ze geven weinig dikke boeken uit, wat er natuurlijk ook mee te maken heeft dat de vertaalkosten dan heel hoog zijn. Het hangt allemaal een beetje in mekaar. Ik wil het geen luiheid van de pers noemen, maar ze steunen wel op de aanname dat een boek van een van die uitgeverijen sowieso goed zal zijn om over te schrijven. Het is heel moeilijk om er bij de pers tussen te komen. Zelfs als je een keer een vijf-ballenrecensie bij de *NRC* hebt, weet je nog niet wat het effect zal zijn. Soms gaat het daarna heel goed lopen, maar soms verkoop je er daarna 112 extra en dat is het dan. Dat is eigenlijk niet genoeg om het echt op te tillen.

*Ik had verwacht dat jullie als grote naam toch wel meer aandacht zouden krijgen.*

Dat is helaas geen garantie, haha. Het is alleen maar eerlijk, het moet ook een gelijk speelveld zijn, dus het is heel goed dat alle boeken op dezelfde manier worden beoordeeld door de pers en op dezelfde manier worden besproken. Maar ik heb weleens het idee dat recensenten in sommige gevallen de weg van de minste weerstand kiezen. Wat ook heel onhandig is, is dat kranten soms een vreemdtaalg boek bespreken dat we al hebben aangekocht, maar dat nog niet in het Nederlands is verschenen. De kranten zouden misschien ook wat meer kunnen samenwerken met de uitgeverijen, zodat de Nederlandse lezer ook iets aan de recensie heeft.

Voorheen werkte tv natuurlijk het allerbeste. Als iemand bij *De wereld draait door* Het boek van de maand afkondigde, was dat het allerbeste dat kon gebeuren. Voor dat programma

is niks in de plaats gekomen, dus er is niets wat een boek van 500 naar 30.000 exemplaren kan brengen. Daar zullen mijn collega's vast ook wel over hebben geklaagd, dat dat niet meer bestaat.

*Nee, dat heb ik nog niet gehoord.*

Het probleem met vertaalde literatuur is dat je de auteurs niet op tv kunt krijgen, terwijl dat de voornaamste manier is om een boek te verkopen.

*\*Ik vertel over mijn scriptie.*

*Ik hoor van bijna alle redacteurs terug dat ze graag pitches van vertalers ontvangen, maar blijktbaar zijn de vertalers die daadwerkelijk boeken pitchen een beetje onder de radar.*

Ja. Sommige vertalers snappen beter dan andere waar wij naar op zoek gaan. Sommige vertalers denken gewoon heel erg vanuit hun eigen smaak: ik vind het zo'n mooi boek en ik heb het in 1994 gelezen... Daar kunnen we niet zoveel mee, want er moet een soort urgentie zijn om een boek te acquireren. Ik heb best vaak een boek gekocht op voorspraak van een vertaler, maar dan was er op dat moment al meer *buzz* dan dat. Ik denk dat die *buzz* sowieso een goede reden is om ergens op aan te slaan, maar het is ook wel een beetje willekeur. Soms is het ook net waar je ruimte voor hebt; je bent een nieuwe aanbieding aan het maken en je mist bijvoorbeeld nog een debutant omdat je tot nu toe alleen maar schrijvers die iedereen al kent en dan is het fijn om een nieuwe stem te introduceren. Of je hebt gewoon al zolang niks gekocht, waardoor je denkt: ik heb nou zin om iets te kopen. Dan kies je misschien voor een boek dat al in andere landen verkocht is, of dat een prijs heeft gewonnen of dat heel goed wordt ontvangen op dat moment. Maar ik denk dat willekeur een grote rol speelt. En persoonlijke smaak toch ook wel, niet dat ik alleen boeken aankoop die ik zelf geweldig vind, maar je ontwikkelt door de jaren heen wel een idee van wat wel of niet werkt in Nederland. Of dat nou terecht is of niet.

Er zijn best veel dingen die spelen als je iets gaat acquireren. Daarnaast zijn er nog de praktische bezwaren: is het niet te dik of te dun? Is het niet geschreven door een auteur van 83? Want op zich willen we als we een auteur aankopen op de lange termijn innen door meerdere boeken uit te geven. We zijn niet van de eenmalige boekjes, waar sommige uitgeverijen wat makkelijker in zijn. Het liefst willen we gewoon bouwen aan een oeuvre. Wat ook meespeelt is bij welke uitgeverij een boek zit. \*Een Duitse uitgeverij\* is bijvoorbeeld een uitgeverij die kwaliteitsgarantie met zich meebrengt. Zoiets denk ik, misschien nog wel meer.

*Nou, je hebt al best wat kaartjes genoemd haha. Wat is jouw persoonlijke smaak?*

Ik houd zelf van vrij veel verschillende dingen, maar het liefst lees ik toegankelijk, verhalend literair. Als ik iets voor de lol lees, pak ik ook nog weleens de kleinere, experimentele boekjes, maar voor acquisitie zoek ik wat breder, grootser opgezette verhalen, die je in het verhaal meesleuren. Dat is verder best moeilijk te beschrijven. Op zich wel literair en enigszins plotgedreven. We geven ook wel auteurs uit die niet echt met plot werken en dat kan ik dan ook wel boeiend vinden, maar zelf ben ik wel op zoek naar een verhaallijn.

Ook zijn we op zoek naar nieuwe stemmen, niet vaak vertegenwoordigde stemmen, bijvoorbeeld uit de queer gemeenschap of wat dan ook. We merken dan echter dat de verkoop moeizaam loopt, je moet dus een balans zoeken van hoeveel je kunt doen.

*\*Ik leg de kaartjes uit.*

Dit heb ik nog helemaal niet gezegd, maar wat voor mij ook heel belangrijk is, zijn vertrouwenspersonen. Ik doe dit werk inmiddels best wel lang en ga ieder jaar naar de beurzen. Je ontmoet allerlei redacteurs uit het buitenland en raakt bevriend. Wij hebben best een groot netwerk uit allerlei landen en we mailen elkaar als er in ons land boeken zijn die een groot ding aan het worden zijn. We mailen ook over auteurs die we zelf niet uitgeven. Ik krijg zelf ook heel vaak mailtjes van buitenlandse redacteurs over boeken die ze meestal niet zelf uitgegeven hebben, waardoor het in zekere zin objectief is.

Goh, wat vinden we allemaal belangrijk? Wat bedoel je met Auteur?

*Eigenlijk een beetje wat je net ook al zei, dat jullie het liefst een authorship aankopen, maar bijvoorbeeld ook dat een auteur naar Nederland zou willen komen voor lezingen en dergelijke.*

Wie de auteur is, is wel heel belangrijk. Hm, stijl lijkt me ook wel een belangrijk iets om mee te beginnen. Sommige dingen vind ik qua weging een beetje anders. Doet de kleur er nog toe of niet?

*Het heeft wel een betekenis ja.*

Haha, dat dacht ik al. Bestseller is niet heel erg belangrijk. Persoonlijke smaak. Thema vind ik wel een beetje hetzelfde als genre, nou ja, het is niet helemaal hetzelfde. Wel belangrijk. Prestige is ook leuk. Factsheet lijkt me nogal standaard.

*Je zei net wel dat je kijkt naar de dikte van een boek.*

Het is meer dat je ernaar kijkt.

Ik zou het er nooit van laten afhangen of een boek een bestseller is geworden, maar het is wel fijn. Met Risico bedoel je of ik er een acquisitie van af laat hangen? Bij een debuut niet, maar een deel van een reeks wel. Met lekenkritiek doe ik echt helemaal niks. Dit zou een volgorde kunnen zijn.

*De volgorde: Auteur – Aansluiting fonds – Stijl – Brontaal/-cultuur – Genre – Thema – Persoonlijke smaak – Risico – Bestseller – Professionele kritiek – Vertaalrechten verkocht – Vertrouwenspersoon – Vertaalsubsidie/vertaler – Prestige – ‘Factsheet’ – Lekenkritiek.*

*Auteur is helemaal bovenaan.*

Ik denk wel dat het begint bij het soort schrijver.

*Je had het net al even over queere schrijvers. Gaat het eerder om de auteur of om de thematiek? Een combinatie van beide misschien.*

Ik denk wel eerder om de auteur.

*Om diversiteit?*

Ja, daarvan zijn we ons wel zeer bewust. Ik vind het bijna interessanter om dat met Nederlandse auteurs te doen, omdat de belevingswereld heel anders is voor die auteurs. We willen gewoon de allerbeste schrijvers. Een van onze vertaalde auteurs is in korte tijd heel belangrijk geworden en ook erg uitgesproken over de queere gemeenschap. Voor het fonds is

dat erg van belang. We proberen als uitgeverij iets uit te dragen door over de grote thema's van onze tijd boeken uit te geven. Of dat nou het klimaat is of de LHQBTI+-gemeenschap. Daar willen we bij betrokken zijn. Bijvoorbeeld auteurs van kleur: dat zijn dingen die, langzaam, veranderen. Toen ik hier begon was het een mannelijk, wit fonds. Gelukkig verandert dat, maar het kost wel tijd.

*Dat is lastig. Bij ons op de opleiding wordt wel gepraat over diversiteit en dat je dat moet creëren. Maar het begint al op de uni, oké, ik ben kwart-Surinaams, maar voor de rest zijn we allemaal wit en hoogopgeleid.*

Ja, hier ook, niet allemaal, maar het scheelt niet veel. Het is zeker een onderwerp.

*Schenken jullie daar eigenlijk aandacht aan als het op vertalers aankomt?*

We proberen het, maar het is lastig omdat er zo weinig vertalers van kleur zijn. Sommige auteurs willen heel graag een vertaler van kleur. Of een jong iemand. Persoonlijk vind ik dat een vertaler alles moet kunnen vertalen, ik denk dat affiniteit met de brontekst belangrijker is – dat je een jonge auteur niet door een heel oud iemand moet laten vertalen lijkt me logisch. Maar ik denk wel dat het werk goed moet kunnen worden gedaan door iedereen die goed kan vertalen. Voor ons zou het dus niet zo'n halszaak zijn, maar als een auteur er specifiek naar vraagt, doen we daar wel ons best voor. Maar het is gewoon niet gemakkelijk om mensen te vinden. Nog niet, wie weet verandert dat.

*Vast wel. Aansluiting fonds is vrij duidelijk. Is het dan belangrijk dat alles in het fonds goed bij elkaar past? Wat is het verbindende?*

In ieder geval kwaliteit. Maar ook dat er niet te veel overlap is: waar heeft het fonds nu behoefte aan? Willen we nog meer Noorse eilanden en Italiaanse bergen? Het gaat er dus meer over hoe we een zo breed mogelijk beeld van de vertaalde literatuur op dat moment kunnen uitgeven.

*Het zit hem dus ook in de setting? In het brontaalland?*

Ja, in de auteur, setting, het herkomstland van de auteur. Soms heb je ineens zes Engelse auteurs, wat onhandig is als je eigenlijk van alles wat wilt hebben. We hebben ook een duidelijk idee van wat een \*Uitgeverij 4\*-auteur is. Je hebt een bepaald gevoel bij een auteur, dat is dat kwalitatief hoogstaande. Dan kan het wel van commercieel naar echt heel literair gaan, maar wat de auteur ook probeert te doen, het moet echt heel goed zijn.

*Wat is zo de verhouding tussen commercieel en literair?*

80% literair zou ik zeggen. We proberen wel commerciële dingen te doen, wat helaas ook niet altijd lukt, haha.

*Heb je het idee dat het fonds steeds verandert?*

Wel wat. Er is dus een verschuiving van Engelstalig naar meer internationaal. De markt heeft ons ook gedwongen om met auteurs te stoppen die we geweldig vinden, maar die gewoon te weinig verkopen om het vol te kunnen houden. Daardoor verandert het fonds ook heel erg.

*Dat lijkt me ook een van de pijnlijkste dingen, om te moeten stoppen met goede auteurs.*

Dat is heel vervelend, vooral omdat je auteurs door de jaren heen vaak goed leert kennen.

*Dan is het wel fijn dat ze niet in Nederland zitten, haha.*

Klopt ja, haha.

*Stijl.*

Spreekt voor zich denk ik.

*Wat is een goede stijl?*

Het moet stilistisch hoogstaand zijn. Soms zijn het auteurs die alleen maar korte zinnestelsjes schrijven of zinnen van twee pagina's. Ik heb daar niet echt een duidelijke regel, behalve dat de stijl moet passen bij het verhaal dat verteld wordt. Het moet goed vertaalbaar zijn, de stijl moet goed overdraagbaar zijn in het Nederlands. Als je een heel goed boek hebt dat helemaal in dialect is geschreven, ben ik al snel geneigd om het niet te doen, omdat daar in het Nederlands gewoon weinig van overblijft.

*Waarom heb je Brontaalland- en cultuur zo hoog gerangschikt?*

Ik denk dat we, doordat we meer op zoek zijn naar andere landen of andere herkomstlanden, anders acquireren. Misschien ligt het wel erg hoog trouwens. Het kan een reden zijn om ergens specifiek naar te kijken of juist niet, omdat je bijvoorbeeld denkt: het is de zoveelste Amerikaanse debutant, die kunnen we wel even laten gaan.

*Heb je het idee dat je werkt met een hiërarchie? Als iets Engels, Duits of Frans is, maakt het dan nog uit wat het brontaalland is?*

We staan bij de boekhandel bekend om onze \*vreemdtalige\* auteurs. Dat is een taal die we sneller zullen doen. Maar voor de rest niet specifiek, nee.

*Genre.*

Dat is meer negatief bedoeld, omdat we heel veel genres hier gewoon niet doen. Voor thrillers, sciencefiction en horror hebben we andere fondsen, die doen we niet tenzij het heel literair is.

*En als we het hebben over de literaire titels, maakt het dan nog uit of het romans zijn, kortverhalen of poëzie?*

Ik weet niet of dat binnen genre valt, maar we zijn zeker heel terughoudend in het aankopen van poëzie en kortverhalen, omdat het gewoon heel lastig is om dat te verkopen.

*Ook bij Nederlandse auteurs?*

Jazeker. Vertaalde poëzie is bijna niet te doen, omdat het heel duur is om dat te vertalen.

Thema, waar we het net al over hadden, kan belangrijk zijn. Bijvoorbeeld omdat het het zoveelste boek over een Amerikaanse man van in de vijftig die 'bla bla', dat hebben we al gedaan, terwijl een in onze optiek urgent thema wel kan sturen wat we al dan niet serieus nemen voor acquisitie.

*Wat bepaalt die urgentie? Zijn dat thema's die in het nieuws komen?*

Goede vraag. Ik denk wederom dat het een belangrijke rol speelt waar we op dat moment ruimte voor zien. Maar het is vaak zo dat je niet zo goed weet waar je naar op zoek bent, totdat je het binnen krijgt. Soms komt er een boek binnen met een interessant thema, waar je voorheen nog nooit over na hebt gedacht. Ik zal nooit tegen een agent zeggen dat ik nu een boek wil over \*een of ander obscuur onderwerp\*, maar laatst kregen we zo'n boek en dat bleek heel interessant.

*Je hebt misschien wel thema's waar je een soort van scherp op bent.*

Of waarvan je vindt dat er de laatste tijd al genoeg over verschenen is. Op een gegeven moment waren er bijvoorbeeld heel veel boeken over de Amerikaanse Burgeroorlog, stuk voor stuk heel goede boeken, maar je kunt ze niet allemaal uitgeven. Helaas hebben we toen de verkeerde laten gaan, maar dat terzijde, haha.

*Persoonlijke smaak weegt niet heel sterk mee, ongeveer in het midden.*

Natuurlijk weegt je persoonlijke smaak altijd mee, ook in de selectie van het thema en de auteur zit persoonlijke smaak besloten. Ik probeer het niet superzwaar mee te laten wegen, maar het gebeurt af en toe toch.

*Bij de wat kleinere boeken waarschijnlijk?*

Ja. De commerciële titels zijn vaak niet helemaal mijn smaak. \*Een klein boek wat we laatst hebben aangekocht\* vond ik superinteressant en stilistisch heel sterk. Ik kan me ook voorstellen dat een andere redacteur hier het niks zou hebben gevonden.

*Kun je nog iets zeggen over de verschillen tussen acquireren in een onafhankelijke en een concernuitgeverij?*

Ik denk dat een van de dingen is dat wij wat diepere zakken hebben als het op veilingen aankomt, doordat we een concern achter ons hebben staan. Het komt niet meer zo vaak voor, maar heel af en toe bied je met tien andere uitgeverijen en ga je richting de 20.000 euro voorschot en moet je een brief schrijven waarin je een hele advertentiecampagne belooft. Dat is voor ons makkelijker. Iets anders is dat wij met scouts werken, dat zullen sommige onafhankelijke uitgeverijen ook wel doen, maar ik zou me kunnen voorstellen dat \*bepaalde kleine uitgeverijen\* dat niet doen. Concernuitgevers hebben in ieder geval altijd scouts.

Daarnaast kunnen we omvangrijke boeken gemakkelijker doen, omdat we die kosten op voorhand gemakkelijker kwijt kunnen. Maar er zitten ook nadelen aan. Kleine boeken kunnen we minder goed doen, omdat we een minimaal aantal exemplaren moeten verkopen om de uitgave te kunnen laten renderen.

\*Een onafhankelijke uitgeverij\* koopt af en toe boeken aan die ik zelf ook heel graag zou doen, maar bij ons zou zo'n boek te zeer wegvallen tegen alle grote auteurs. Vertaalde literatuur is leuk, maar we zijn maar een klein wielkje hier in verhouding tot de Nederlandse auteurs die veel meer aandacht krijgen.

*Waarin zie je momenteel het belang van beurzen?*

Voor acquisitie hoeft het niet meer. Het gaat veel meer over het delen van informatie. We vertellen agenten en redacteurs over de situatie in Nederland, hoe moeilijk het is geworden

om boeken goed uit te kunnen geven. Vroeger gingen mensen naar de beurs toe om te bieden. Nu is het puur sociaal, het gaat over het opdoen van nieuwe contacten.

Voor onze rechtenafdeling is het natuurlijk een ander verhaal: die gaan erheen om titels te verkopen, boeken te pitchen.

*Heb je het idee dat er op de beurs een buzz rondgaat?*

Ja, zeker. Er zijn altijd wel titels die op de beurs worden gemaakt, die daar tot leven komen. Maar eigenlijk gebeurt het meeste in de aanloop naar de beurs toe. Ongeveer een week ervoor wordt duidelijk: dit wordt het boek van bijvoorbeeld Frankfurt.

*Ik wil nog even terugkomen op een van de kaartjes. Vertaalrechten verkocht is niet heel belangrijk voor je, maar kijk je er wel naar? Of het veel is verkocht en aan wie?*

Dat laatste met name, als het is gekocht door een bepaalde uitgeverij en ik weet dat die redacteur daar een goede smaak heeft en nog beter, als diegene de brontaal zelf leest en het dus zelf heeft bekeken, is dat zeker van belang. Daarnaast is het inderdaad ook goed om te weten dat een boek überhaupt verkocht is. Heel vaak wordt iets gesubmit wat nog nergens verkocht is, dan wacht ik liever even. Vroeger was Nederland een van de eerste landen waar boeken werden verkocht, omdat de markt hier heel gezond en fijn was. Nu dat de markt zo lastig is geworden, merken we dat we achter Duitsland, Frankrijk, Italië, Spanje en inmiddels ook vaak Scandinavië aanlopen. Als het daar nog niet verkocht is, is het meestal niet zo interessant voor ons.

*Interessant. En kijk je nog naar bepaalde uitgeverijen?*

Ja, er zijn uitgeverijen die eigenlijk altijd dingen uitgeven die wij ook goed vinden. \*Bepaalde Franse, Italiaanse en Duitse uitgeverijen\*.

*Dank je wel voor je tijd.*

Graag gedaan. Ik denk dat het uiteindelijk gewoon heel moeilijk is om precies te zeggen wat er gebeurt – zoveel is een beetje de waan van de dag, net wat je toevallig van iemand hoort. Het hangt allemaal van toevalligheden aan elkaar. Vroeger had \*een oud-redacteur\* het wel over het maken van een boek, het maken van een bestseller. Wij hebben echt geen idee. Ik heb onlangs iets aangekocht voor drieduizend euro, omdat het wel mooi klonk, ik had er een goed leesrapport van, en inmiddels zijn er 300.000 exemplaren verkocht. Als er 10.000 waren verkocht was ik ook al zielsgelukkig geweest. Je weet het gewoon echt niet.

*Dat is ook wel de charme of niet?*

Het is ook wel leuk, maar het zou wel fijn zijn als het iets vaker de lijn der verwachting zou volgen. Kwaliteit is in ieder geval niet per se doorslaggevend voor verkoopsucces, daar ben ik inmiddels wel achter.

*Ook dat heb ik helaas vaker gehoord. Hopelijk wordt het beter.*

Wie weet. Of we stoppen er gewoon mee. Nee, jij moet ook nog een baan hebben.



## INTERVIEW 5: Vertaler 1 (V1)

*Hoe ben je in het vertaalwereldje terechtgekomen?*

Ik heb vrij snel na mijn afstuderen iets voor *Pluk* vertaald, dat was mijn eerste publicatie. Daarna heb ik nog iets historisch vertaald en via een collega van de uitgeverij waar ik werk, kreeg ik iets later de opdracht om wat westerns te vertalen, een soort *fastfood fiction*. Mijn eerste literaire boek kreeg ik vier jaar na mijn afstuderen.

*Heb je het idee dat je Pluk-publicatie daar iets mee te maken heeft gehad?*

Ja, dat komt zeker weten door *Pluk*, want degene die mij benaderde voor het boek, had mijn naam doorgekregen van een *Pluk*-redacteur. Ze waren op zoek naar een jonge vertaler.

*Je hebt een aantal boeken vertaald die ik met veel plezier heb gelezen. Vooral \*een bepaald boek\* sprak me heel erg aan.*

Dat was ook echt mijn favoriet. Het grappige is dat ik dat boek toevallig was tegengekomen. Nadat ik het had gelezen zei ik tegen mijn ouders dat ik het zo'n leuk boek vond en dat ik het graag zou vertalen. Niet veel later kreeg ik zomaar een mail met de vraag of ik het wilde vertalen. Dat was echt bizar. Zoveel lees ik niet in het Duits, maar net dat boek kende ik wel.

*Je hebt het dus niet gepitcht?*

Nee. Die uitgeverij kreeg mijn naam van de redacteur van mijn eerste vertaling. Dus het ging allemaal via via.

*Pitch je weleens boeken aan redacteurs?*

Niet meer. Toen ik de opleiding deed kwamen er weleens vertalers langs die vertelden dat zij, nadat ze hun opleiding hadden afgemaakt, een boek hadden gepitcht aan een uitgeverij, met de vraag of ze dat boek mochten vertalen. En dat dat dan mocht, en dat ze daarna de vaste vertaler werden van die en die uitgeverij. Ik kreeg daardoor het idee dat het zo gemakkelijk was. Het fragment dat ik voor *Pluk* had vertaald heb ik naar een paar uitgeverijen gemaild. Ik heb van tevoren opgezocht welke uitgeverijen grappige boeken doen en toen het boek gepitcht met de vraag of ze een leesrapport en mijn vertaling wilden lezen. Van de redacteurs die antwoordden, kreeg ik terug dat het niet in hun fonds paste. Dat was erg ontmoedigend. Nu ik meer van het wereldje begrijp, snap ik wel beter dat uitgeverijen maar een beperkt budget hebben. En hoewel dit boek het in Duitsland heel goed deed, hadden Nederlandse redacteurs er geen vertrouwen in. De mails die ik terugkreeg, waren trouwens wel heel aardig.

*Sowieso prettig dat je antwoord kreeg.*

Dat komt denk ik wel doordat er al een fragment bij *Pluk* gepubliceerd was. Redacteurs vragen natuurlijk niet om pitches, ze hebben waarschijnlijk wel genoeg mensen op hun lijstje staan die regelmatig boeken aandragen. Toch heb ik wel iets aan *Pluk* gehad, door hen ben ik aan mijn eerste boekvertaling gekomen. Maar het pitchen van dat boek heeft verder niets opgeleverd en daarna durfde ik ook niet meer te pitchen.

*Nadat je debuut uitkwam, ben je door andere uitgeverijen benaderd.*

Het was altijd via via. Ik heb ook een non-fictieboek gekregen omdat een redacteur mijn naam had zien staan bij een roman die ik had vertaald, waarvan de thema's wel een beetje overeenkwamen. Een ander non-fictieboek kreeg ik omdat de redacteur van dat eerste non-fictieboek, die zelf ook vertaalt, was benaderd voor een vertaling, maar ze had niet genoeg tijd, waardoor we het samen hebben gedaan. Op die manier heb ik ook een keer een vertaling gekregen van de redacteur van *Pluk* die niet genoeg tijd had en daarom mijn naam had doorgegeven. Het boek dat ik nu vertaal mag ik waarschijnlijk gewoon doen omdat de uitgeverij me inmiddels goed kent.

*Er zit dus ook wel een soort thematische lijn in de boeken die je hebt vertaald. Zou je zeggen dat je gespecialiseerd bent in bepaalde genres of onderwerpen?*

Nee, ik denk dat het eigenlijk een beetje onzin was. Op zich maakt het bij non-fictie namelijk niet superveel uit of je een fictieboek hebt vertaald dat een beetje overlapt met het onderwerp van de non-fictie. Ik was natuurlijk wel heel blij met de opdracht.

Ik denk dat redacteurs voor wie ik heb gewerkt vooral op zoek waren naar jonge vertalers, omdat de auteur zelf ook jong was. En tot nu toe zijn alle boeken die ik heb vertaald geschreven door vrouwen. Dat lijkt me geen toeval.

*Wat vind je van die ontwikkeling dat de identiteit van de vertaler zo gelinkt wordt aan de identiteit van de auteur? We hadden natuurlijk een paar jaar geleden het schandaal met de 'The Hill we climb'.*

Toen ik \*een roman van een PoC-auteur\* ging vertalen, heb ik me wel even afgevraagd of ik daardoor gecancelld zou worden. Maar toen realiseerde ik me dat als ze iemand zouden willen hebben die precies zo is als de hoofdpersoon of de schrijfster, dat ze dan een vrouwelijke vertaler Duits-Nederlands moesten vinden die precies dezelfde, complexe etnische mix heeft als de auteur. Het belangrijkste was in dit geval volgens mij dat de vertaler jong zou zijn, omdat er veel verwijzingen naar memes in staan, dingen waar de redacteurs overheen lazen of waarvan ze dachten dat het fouten waren in mijn vertaling.

*In een ander boek dat je hebt vertaald is de jeugdcultuur ook sterk aanwezig. Je bent ook ongeveer even oud als die auteur.*

Precies even oud zelfs. Ik heb trouwens wel nog één keer een boek gepitcht, een soort misdadachtig boek. Ik ben toen op zoek gegaan naar een thrilleruitgeverij en kwam uit op een website waarop heel uitnodigend stond dat je ze altijd mocht benaderen. Wat ik dus ook deed. Ik heb ze gebeld, omdat ik sowieso niet wist wie ik moest hebben, maar degene die opnam reageerde heel onaardig. Ik zei dat ik vertaler was en een boek had gelezen, waarvan ik hen graag een leesrapport zou sturen, waarop op een onvriendelijke toon het verzoek kwam om ze te mailen. Dat heb ik gedaan en daarna heb ik nooit meer wat van ze gehoord. Ik heb toen besloten zoiets nooit meer te doen.

*Dat kan ik me goed voorstellen. Komt het weleens voor dat je een boek op een meer spontane manier 'pitcht'? Bijvoorbeeld wanneer je bij een uitgeverij op bezoek komt vanwege een boek dat je vertaalt en je dan zegt: ik heb zo'n goed boek gelezen, misschien is dit iets voor jullie?*

Ik kom eigenlijk nooit bij de uitgeverijen over de vloer, alles gaat via de mail. Bij één uitgeverij zou ik me nog wel kunnen voorstellen een boek aan te dragen, omdat we elkaar live ontmoet hebben. Maar als ik mensen alleen maar via de mail spreek, zou die drempel wel vrij hoog liggen.

Ik heb ook snel het gevoel dat ik mensen lastigval. Ik weet niet of het terecht is, maar ik kan me wel voorstellen dat het voor redacteurs vervelend kan zijn om telkens voorstellen voor boeken te krijgen.

*Je had het net al even over een paar factoren die mee kunnen spelen bij het selecteren van boeken. Bijvoorbeeld dat een boek niet aansluit bij het fonds, het budget beperkt is of dat een uitgeverij al te veel boeken uit een bepaalde taal doet.*

Ik weet niet zeker of dit relevant is voor vertalers of alleen voor auteurs, maar ik heb weleens in interviews met auteurs gelezen dat het geen nut heeft om een thriller aan te dragen bij een uitgeverij die alleen maar romance doet. Genre is dus erg belangrijk.

*Dat klopt. Genre en ook stijl staan vaak heel hoog op het lijstje van de redacteurs.*

*Ik laat de kaartjes aan de vertaler zien.*

Je vraag is dus of dit factoren zijn die ik zou meenemen in mijn pitch?

*Precies. En daarnaast ben ik benieuwd van welke factoren je denkt dat redacteurs ze belangrijk vinden.*

Het grappige is dat ik voor die roman die ik had gelezen al voordat ik gevraagd werd voor de vertaling een proefvertaling had gemaakt met het idee dat ik hem zou pitchen, terwijl ik dat eigenlijk niet durfde. Voor mij is Persoonlijke smaak dus wel essentieel voor het (overwegen van) het pitchen van een boek. Ik wilde gewoon heel graag dat het boek vertaald zou worden. Ik vond het ook heel relevant, heel erg van deze tijd. Dat was voor mij wel een reden om het boek te willen vertalen. Daarnaast vond ik de stijl ook superleuk. Het genre was verder niet echt een overweging.

*Kun je misschien iets zeggen over die stijl? Wat vond je daar zo leuk aan?*

Ik vond het heel grappig. En de vorm vond ik heel origineel en actueel. Wat ik ook bijzonder vond, was dat het Engels zo aanwezig is, net als de internetcultuur. Als je het leest, merk je dat het 'voor ons' is, voor jongeren. Het sprak me aan dat het zo jong leest. Toen ik zag dat de auteur veel ouder was dan het hoofdpersonage, was ik ook heel verbaasd.

*Over actualiteit gesproken. Laat je meewegen wanneer een boek in de brontaal is gepubliceerd?*

Ik denk dat oudere boeken minder kans maken om te worden vertaald. Ik geloof dat uitgevers het anders al wel waren tegengekomen. Als ik een boek zou pitchen dat tien jaar geleden een bestseller was, zouden ze die publicatiedatum denk ik wel een probleem vinden. Ik weet niet zeker of het voor een uitgeverij meeweegt, maar voor mij zou het dat zeker doen. Ik heb het gevoel dat uitgevers meestal het nieuwste van het nieuwste willen.

*Dat gevoel heb ik ook. Eén redacteur noemde een boek van vijf of zes jaar oud 'lauwe pis'. Terwijl het als het bijvoorbeeld uit de jaren '50 is, als een klassieker kan gelden, als een herontdekt boek.*

Precies, dat klinkt heel anders dan 'ouwe meuk'.

*In een boekhandel liggen natuurlijk vooral nieuwe boeken. Zou je zelf minder snel een boek gaan lezen als het ouder is?*

Ik lees vrij weinig voor iemand die graag leest. Ik lees de boeken die ik heb, die ik voor weinig geld op de kop heb getikt. Dat zijn dus niet de nieuwste boeken. Voor mijn smaak maakt het niet uit hoe oud iets is. Nieuwe boeken hebben vaak wel meer een soort hype, ze zijn bijvoorbeeld onlangs gerecenseerd.

*Een goede recensie weegt dus wel mee?*

Ja, daardoor word je nieuwsgierig naar een boek.

*Speelt het voor jou een rol of een boek een debuut is?*

Ik vind het wel fijn dat bijna al mijn boeken voor Nederland een debuut waren. Je hebt bij een debuut meer vrijheid, je hoeft geen rekening te houden met stijlelementen uit eerdere vertalingen. Niet dat ik dat per se zou doen hoor.

*Je weet van de uitgevers voor wie je hebt gewerkt waarschijnlijk vrij goed wat ze uitgeven.*

Ik vind het wel moeilijk om in te schatten wat ze zouden willen. Als ik zelf naar een uitgeverij op zoek had moeten gaan voor die roman waar we het over hadden, dan weet ik niet zeker of ik zou zijn uitgekomen bij de uitgeverij die het heeft gekocht. Als ik ze niet kende en me alleen maar op hun website zou baseren, zou ik deze roman denk ik te hip of te apart hebben gevonden, omdat ze doorgaans veel zwaardere literatuur doen. Ik denk dat het voor ons heel moeilijk in te schatten is wat een uitgeverij ziet als hun type boek. Natuurlijk weet je bij een uitgeverij die alleen maar thrillers doet dat je niet met poëzie moet aankomen. Maar als een uitgeverij heel veel verschillende literatuur doet, hoe moet je dan weten of deze literatuur aan hun eisen voldoet?

*Een van de boeken die je hebt vertaald is in Duitsland genomineerd voor \*een belangrijke literaire prijs\*. Weet je of die nominatie bij de Nederlandse uitgever een rol heeft gespeeld?*

Ik weet niet zeker of het boek toen al was genomineerd. Maar een andere vertaling bij die uitgeverij was ook voor die prijs genomineerd. Ik denk dat prijzen wel meespelen voor uitgeverijen, maar alleen als het grote prijzen zijn, zoals de Deutsche Buchpreis. Als je iets pitcht dat een grote prijs heeft gewonnen, krijgt het het stempeltje 'kwaliteit'. Ik denk dat een boek dat een prijs heeft gewonnen meer kans maakt om uitgegeven te worden dan een boek dat nauwelijks is opgemerkt in literaire kringen. Dat sluit ook wel aan bij het kaartje Bestseller, want een boek dat 500 exemplaren verkoopt in het buitenland, zal hier nooit worden uitgegeven. Maar tegelijkertijd is een bestseller in het buitenland helaas geen garantie dat het hier ook werkt.

*Waar zou dat aan kunnen liggen?*

Bij sommige boeken heeft het denk ik met de bekendheid van de auteur te maken. Een tv-persoonlijkheid in Duitsland kan daar heel goed verkopen op basis van zijn of haar naam, maar dat werkt hier niet.

*De vertaler speelt af en toe ook een rol. Uitgevers zoeken iemand die aansluit bij een boek.*

Ja, vooral als het over leeftijd gaat.

*Zou je als je een boek zou pitchen opzoeken of er al vertaalrechten van zijn verkocht?*

Ik heb daar weleens naar gekeken, maar ik vond het vrij lastig om actuele informatie te vinden. Ik denk wel dat het voor uitgeverijen van belang is, omdat het iets zegt over de potentie van een boek. Hoewel, als een boek in het Engels wordt vertaald, redacteurs misschien ook bang zullen zijn dat mensen het dan liever in het Engels zullen lezen.

*Klopt, dat zie je nu natuurlijk steeds meer, zelfs als een boek uit een andere taal dan het Engels is vertaald.*

Het type boek dat ik heb vertaald wordt in het Engels gehypet op BookTok. Zulke boeken worden denk ik meer in het Engels gelezen. Het is denk ik lastiger om jongeren aan te spreken met Nederlandstalige boeken, zelfs als ze vertaald zijn uit een andere taal dan het Engels.

*Mijn hoop is stiekem ook dat er door de verengelsing meer uit het Duits zal worden vertaald.*

Dat zou leuk zijn. Er is genoeg leuke Duitse literatuur. Op school krijg je alleen maar van die superzwarte Duitse boeken voorgeschoteld, waardoor mensen een hekel krijgen aan Duitse literatuur. Er zijn zoveel hippe jonge schrijvers, waarom moeten leerlingen dan per se Thomas Mann lezen?

*Denk je dat het brontaalland iets uitmaakt? Duitsland, Oostenrijk, Zwitserland? Namibië?*

Dat zou ik echt niet weten. Misschien dat het lastiger is om een vertaler te vinden voor een boek in het Zwitser-Duits. Maar ik zou nooit durven beweren dat een boek minder kans maakt om vertaald te worden omdat het door een Oostenrijker is geschreven, zolang het maar in Hoogduits geschreven is. Wat wel een rol kan spelen, is of een auteur een migratieachtergrond heeft. Dat wordt misschien juist als iets positiefs gezien, vanwege het belang van meer diversiteit in de literatuur. Maar iemand uit Zwitserland is natuurlijk niet op diezelfde manier een aanwinst voor de diversiteit haha.

*Denk je dat er verschillen bestaan tussen de selectie van een onafhankelijke versus een concernuitgeverij?*

Ik denk dat kleine uitgeverijen een kleiner budget hebben en daardoor minder risico's kunnen nemen. Als ze een debuut doen, moeten ze het gevoel hebben dat het een succes zou kunnen worden. Maar ze kunnen natuurlijk wel allerlei beurzen aanvragen, bijvoorbeeld bij het Goethe Instituut. Ik weet het niet zeker, maar ik denk dat de risicofactor voor een kleine uitgeverij wel meespeelt. Aan de andere kant moet een kleine uitgeverij juist meer aandurven om zich te kunnen onderscheiden. Ze moeten dus ook de wat gekkere literatuur doen om naam te kunnen maken. Maar zeker weten doe ik het niet, omdat ik niet in die wereld zit.

*Ik denk dat je gelijk hebt dat vertaalsubsidies heel belangrijk zijn. Zeker voor dikke boeken.*

Ja, dat kost wel wat om te vertalen.

*Wij krijgen gewoon te veel betaald.*

Haha. Maar het is wel heftig. Als ik bedenk hoeveel ze mij betalen en wat er dan nog allemaal aan kosten bijkomt, alleen al om de rechten te kopen, en je dan ziet hoe slecht iets soms verkoopt. Je haalt het er niet uit. Ik heb natuurlijk niet de meest commerciële literatuur vertaald, geen boeken die makkelijk weggelezen. Ik denk dat uitgeverijen het vaak echt van subsidies moeten hebben.

*Dat vind ik wel mooi. Dat het er niet altijd over gaat dat je ergens een hoop geld aan kunt verdienen, ook al hoop je natuurlijk wel dat je een boek hebt dat aanslaat.*

Zonder de subsidies kunnen kleine uitgeverijen eigenlijk geen risico nemen.

*Heb je het idee dat de markt is veranderd? Dat er minder wordt gelezen?*

Zo lang zit ik nog niet in de vertaalwereld, maar er wordt natuurlijk gezegd dat het Engels groeit in verhouding tot het Nederlands. Ik weet niet of er sinds ik werk veel is veranderd.

*Hoe zie je de toekomst van het vertalen voor je?*

Ik hoop dat de menselijke vertaling blijft bestaan. Kunstmatige intelligentie wordt natuurlijk steeds beter, het is niet meer zoals tien jaar geleden, dat er niets van klopt. Ik twijfel wel over onze baanzekerheid. Zijn we straks nog wel nodig? Ik kan me goed voorstellen dat er over een paar jaar vooral nog vertalerredacteurs bestaan die het werk van vertaalmachines nakijken. Dat is natuurlijk veel goedkoper.

*Het is zelfs zo dat sommige Nederlandse uitgeverijen Nederlandse boeken met KI naar het Engels vertalen en in eigen beheer uitgeven.*

Wat erg. Maar ja, als mensen geen boeken kopen, waar ik zelf overigens ook schuldig aan ben... Ik kan me er wel in verplaatsen. Ik vind boeken ook duur. Een van de boeken die ik heb vertaald kost 35 euro, de Engelse versie kost de helft. Hoewel ik de vaste boekenprijs verdedigbaar vind, denk ik dat boeken vaak te duur worden gevonden.

## INTERVIEW 6: Vertaler 2 (V2)

*Hoe lang werk je al als vertaler?*

Ik ben opgeleid als vertaler en werk bijna altijd in een vast duo. Onze eerste opdracht is nu bijna veertig jaar geleden.

*Je eerste opdracht was meteen als duo?*

Ja.

*En sindsdien hebben jullie nooit meer iets anders hoeven doen. Dat is natuurlijk de droom.*

Ja, dat was echt luxe. We hoorden via via dat ze bij \*een literaire uitgeverij\* iemand zochten om \*een Engelstalige auteur\* te vertalen. Mijn partner heeft toen de stoute schoenen aangetrokken en de uitgeverij opgebeld. We hebben een proefvertaling gemaakt en *the rest is history*. Het ging van een leien dakje. Ik geloof dat ik één keer een mailtje naar uitgeverijen heb gestuurd, omdat er even geen werk meer kwam.

*Wat stond daarin?*

‘Hebben jullie iets?’ Ik ben niet zo van het officiële, ik stuurde dat alleen aan de uitgevers die ik al kende. En toen kwam er ook meteen iets.

*Ben je gespecialiseerd in een bepaald genre of thema?*

Ik ben begonnen met stukken voor kunst- en architectuurbladen. Maar daar staat vaak zo’n onzin in, het is heel slecht geschreven of vertaald. Op een gegeven moment had ik daar geen zin meer in. Ik vertaal vrijwel alleen nog maar literair en af en toe wat kleine klusjes ernaast, lifestyle of kinderboekjes. Laatst heb ik een Star Wars-boek vertaald, maar ik had nog nooit een Star Wars-film gezien, dus heb ik die eerst bekeken. Wat een stomme verhalen zijn dat.

*Heb je het idee dat je altijd boeken hebt gedaan die je leuk vond? Buiten Star Wars dan?*

Nee hoor. Ik kon het me niet veroorloven om opdrachten niet aan te nemen. Ik heb ook allerlei oninteressante boeken gedaan. Maar dat geeft niet, gewoon flink doortypen en dan is het gauw klaar. En ik doe het wel altijd zo goed als ik kan, want het is mijn eer te na om boeken af te raffelen. Het is me ook wel overkomen dat ik van tevoren niet goed naar de opdracht heb gekeken, doordat ik bijvoorbeeld afging op de naam van de auteur. Dan kwam ik er bij het vertalen achter dat het eigenlijk een heel stom boek was. Je kunt een opdracht ook niet teruggeven, want dan is de uitgever de sjaak.

*Je gaat af op de naam van de auteur, wat bedoel je daarmee?*

Nou, niet alleen op de auteur, maar ook weleens op een goede recensie. Of als de uitgever zegt dat het een prachtig boek is.

*Je kunt het je natuurlijk niet veroorloven om elke keer het hele boek te lezen.*

Jawel, dat zou ik best kunnen doen, maar dat doe ik niet altijd. Ach, denk ik, het zal wel goed zijn. En soms is de timing gewoon heel lekker. De grootste uitdaging is het namelijk om opdrachten mooi op elkaar aan te laten sluiten. Het kan zijn dat je twee opdrachten tegelijk

moet doen, bijvoorbeeld doordat de schrijver het boek niet op tijd inlevert, waardoor de vertaling die je daarna had ingepland ook weer moet opschuiven. Het mooi volplannen van je agenda is heel lastig. Ik heb heel veel 's nachts doorgewerkt en veel te veel uren gemaakt om het toch nog voor elkaar te krijgen om mijn deadline te halen.

*Dan is het misschien handig dat je met z'n tweeën bent?*

Ja, voor het moreel wel. Je maakt je minder zorgen. Maar het is zeker niet zo dat vertalers met z'n tweeën ook twee keer zo snel werken.

*Maar het heeft wel vooral voordelen?*

Het is veel prettiger. Je kunt elkaars fouten opvangen, en het is gewoon gezelliger. Vóór de komst van het internet vertaalden we ook al samen, met een potlood en een gummetje en dan typten we het over. Je had geen contact met andere vertalers. Er waren al wel vertaaldagen, maar dat was zo'n beetje de enige keer in het jaar dat je elkaar zag. Langzamerhand zijn er wel borrels bijgekomen.

*En de fora, zoals de Boekvertalerslijst van de Auteursbond, zijn natuurlijk ook nieuwer.*

De Auteursbond bestond al wel, maar onder een andere naam: de Vereniging van Letterkundigen. Die hadden nog geen specifieke vertalersafdeling, het was opgericht door schrijvers.

*Hoe zie je de uitgeefwereld op dit moment?*

Ik heb er zelf nog geen last van, maar er is wel van alles aan het veranderen. De fusie met Simon & Schuster, ik weet het niet.

*Vertaal je dingen voor VBK?*

Jazeker, ik vertaal voor zeven of acht verschillende uitgeverijen. Ik weet niet wat dat gaat worden. Zeker met het plan om de btw te verhogen. Maar ik heb ook wel een beetje het idee dat het mijn tijd wel zal duren.

*Is het vertalen nu je AOW krijgt vooral een hobby? Of is het toch wel een belangrijke inkomstenbron?*

Jazeker. Ik heb geen pensioen, alleen maar AOW. Het is heel fijn om dat erbij te hebben, maar het is geen volwaardig inkomen.

*Doe je desondanks nog opdrachten waar je geen zin in hebt?*

Ja, maar wel minder dan voorheen. Ik zeg sneller nee. Ik zit momenteel nog in een soort *stream* van leuke opdrachten. Het komt wel voor dat ik een opdracht aanneem om andere vertalers te helpen.

*Wat is eigenlijk precies je onderzoeksvraag?*

*Mijn oorspronkelijke vraag was 'Waarom wordt de ene literaire tekst wel in vertaling uitgegeven en de andere niet?' Dat vonden mijn begeleiders onbeantwoordbaar, dus heb ik dat aangepast naar 'Op basis van welke factoren besluiten uitgeverij van welke boeken ze de rechten verwerven?'*



Met die eerste vraag zit je eigenlijk heel dicht bij de vraag ‘Wat is literatuur?’ Dat is lastig.

*Klopt inderdaad.*

*Het klinkt wel alsof je altijd werk hebt, dus misschien is deze vraag niet zo relevant: pitch je wel eens boeken aan redacteurs?*

Nee. Dat heb ik geloof ik nog nooit gedaan. Ik weet gewoon dat dat meestal niet werkt. In ieder geval niet uit het Engels. Er zijn zoveel lezers die die literatuur al bekend maken. Uit een wat kleinere taal kun je dat wel goed doen. Zoals het Hongaars. Een Mari Alföldy heeft de vrijheid om de boeken die zij goed vindt naar uitgevers te sturen. Voor het Engels gaat dat niet op. Ik heb nooit de tijd gehad om op zoek te gaan naar boeken, ik was altijd bezig.

*Wat fijn. Vertaal je niet ook uit \*een kleine taal\*?*

Ja, dat klopt. Vroeger meer dan nu. Tegenwoordig doen we nog maar één auteur uit die taal, ongeveer één keer per jaar. Die boeken spelen zich ook altijd op verschillende plekken af, we proberen daar ook heen te gaan, een Italiaans dorpje, de Franse kust. Vroeger kon je daarvoor reisbeurzen aanvragen bij het Letterenfonds, maar dat doen ze volgens mij niet meer.

*Komt het weleens voor dat je een boek hebt gelezen en dat op een spontane manier pitcht? Dat je tegen iemand zegt: ik heb dit gelezen, misschien is het iets voor jullie?*

Tegen een bekende?

*Nou, ‘een boek pitchen’ klinkt alsof je naar het kantoor van de redacteur gaat om een boek voor te stellen of een uitgebreide mail schrijft. Maar het kan natuurlijk ook dat je op een borrel vertelt over een boek dat je gelezen hebt.*

Dat zou kunnen, maar dat weet ik niet meer. Ik weet ook niet of daar dan iets uit zou zijn gekomen. Ik heb het in ieder geval nooit voor mezelf gedaan, maar ik zal heus weleens hebben gezegd dat een boek het ergens heel goed doet.

*Vragen mensen je weleens of je een boekentip voor ze hebt?*

Nee, ook niet. Ik werk eigenlijk alleen voor vrij grote literaire uitgevers, behalve \*één kleine uitgeverij\*, maar die weten zelf heel goed wat ze willen. Ik kan me wel voorstellen dat als ik een keer iets heel moois vind, dat ik dan naar hen toe zou gaan om het te ‘pitchen’, te zeggen dat ik een boek heel mooi vind en dat ik het graag zou vertalen. Bij die ene uitgeverij, omdat ze zo goed zijn voor vertalers. Ze zijn heel zorgvuldig en hebben een bijzonder soort boeken dat heel leuk is om te vertalen, heerlijk.

*Ik heb aan de redacteurs gevraagd zestien kaartjes met daarop verschillende factoren te ordenen met de vraag welke ze het belangrijkste vinden. Aan de vertalers vraag ik eigenlijk twee dingen: ten eerste wat vertalers zelf belangrijk vinden en ten tweede wat vertalers denken dat redacteurs belangrijk vinden.*

Is er nog een verschil tussen de gele en de blauwe?

*Ja.*

Dan begin ik bij de gele. Wat ik denk dat bij de uitgevers een rol speelt.

Ja, het moet natuurlijk bij hun fonds passen, dat zeggen ze allemaal. Als er een keer iemand met iets komt aanzetten, dan zeggen ze altijd dat het niet bij hun fonds past, een soort goedkope smoes. Ik neem aan dat de auteur vervolgens het belangrijkste is, een bekende auteur. Wat is het factsheet?

*Nou, bijvoorbeeld de publicatiedatum. Speelt dat een rol?*

De meeste uitgevers van Engelse boeken willen dat een Nederlandse vertaling tegelijk of zelfs vóór de publicatie van het origineel verschijnt. Bij bijvoorbeeld Frans kan het veel rustiger, omdat Nederlanders geen Frans lezen. Bij Engels is het echt dringen. De eerste verkopen zijn het belangrijkste, daarna neemt het Engels het over, dan krijg je allerlei mensen die liever Engels lezen, omdat ze dat mooier vinden, omdat ze zogenaamd gemakkelijker in het Engels lezen of omdat het Engelse boek goedkoper is. Voor het Engels geldt: snel, nu, de nieuwe dingen.

Genre. Ik weet niet of dat zo zeer opgaat hier. Dat heeft ook iets met hun fonds te maken.

*Dat klopt, voor sommige uitgeverijen is het genre zelfs het belangrijkste. Maar eigenlijk hangt dat ook samen met het factsheet. Als het genre bijvoorbeeld de roman is, maar hij is maar 120 pagina's. Is dat dan een reden om het af te wijzen?*

Misschien wel. Maar ik weet het niet, ik denk het niet, ik denk dat het om het boek gaat. Ik weet van \*die kleine uitgeverij\* dat beide redacteuren het lezen en dat ze er allebei heel enthousiast over moeten zijn, wil het een kans maken. Ze doen vrij veel dunne boeken. Maar ook dikke.

Wat hebben we nog meer. Persoonlijke smaak. Ik denk dat dat voor de kleine uitgever opgaat en voor de grote minder. Maar ja, alle acquirerende redacteuren moeten op zoek, die moeten dingen lezen en ergens in geloven, dat het iets voor ze is. Toch heb ik het idee dat het voornamelijk over geld gaat en niet over smaak.

Het belang van het thema hangt ook van de uitgever af. \*Een bepaalde uitgeverij\* geeft bijvoorbeeld veel human interest-thema's uit. Het hangt ervan af wat er met een thema is gedaan, met een thema kun je immers allerlei kanten op. Bij een mooie literaire vertelling draait het niet om het thema, maar om de stijl.

Risico. Ja, die uitgevers lopen allemaal veel risico. Die boeken verkopen allemaal voor geen meter. Ik heb nog nooit flinke royalty's gekregen, in al die jaren niet. Van sommige boeken worden er nog geen vijfhonderd verkocht en dan heb ik er van iedereen echt nog het meeste aan verdiend. Voor de vertaling krijg je tussen de drie- en de vijfduizend euro, verdubbeld door de beurs. De uitgever krijgt dan denk ik niks.

*Als ze het voorschot niet terugverdienen niet nee.*

Ze verdienen op andere dingen. Niet op die prestigieuze literaire projecten, maar op de grote klappers. En dan hebben ze voor hun uitstraling die literaire dingen: wij zijn een literaire uitgever. Dit is meer een vraag voor uitgevers denk ik.

Vertaalsubsidie. Ja, daar gaat het allemaal om. Zonder de beurzen van het fonds, had ik geen vertaler kunnen worden, dan moet je er een heleboel rotzooi naast doen om aan voldoende woorden te komen. Het is nu 7,5 cent per woord voor het literaire contract plus 11,5 cent per woord van de beurs, voor een ervaren vertaler. Eigenlijk zou je dan moeten

rekenen: zoveel woorden, ik doe er zo lang over en dat omrekenen naar een soort uurtarief. Dat heb ik nooit gedaan, maar dat moet je kunnen doen.

*18 cent per woord is voor zakelijk vertalen ook heel redelijk.*

Ja. Dat vraag ik ook wel voor krantenartikelen, soms ook minder, maar omdat dat maar zelden voorkomt, maakt dat ook niet zoveel uit. Bij literaire vertalingen werk ik altijd met een modelcontract, nooit voor minder. Ik krijg niet voor ieder boek een beurs, als ik vind dat iets te makkelijk is, niet beurswaardig, dan vraag ik hem ook niet aan. Dat is wel zonde. Ik heb nu een boek waarbij ik lang gearzeld heb of ik een beurs aan zou vragen. Ik heb veel recensies gelezen en die zijn allemaal lyrisch. Ik vind het een stom boek, maar mensen vinden het prachtig. Als een boek heel goede recensies heeft in de *New York Times* of *The Washington Post*, dan neem ik dat wel mee in mijn motivering in de beursaanvraag. Wat vinden de recensenten er zo prachtig aan, waarom moet het vertaald worden?

*Eigenlijk pitch je als het ware een boek aan het Letterenfonds.*

Ja, dat is waar. Ik kijk altijd vooral goed naar de stijl. Wat voor impact een boek op de wereld heeft, moeten anderen maar bedenken, dat weet ik niet. Het gebeurt ook maar zelden dat ik van een boek denk dat het absoluut vertaald moet worden, omdat de wereld anders iets mist, onzin vind ik dat.

*Dat is met romans waarschijnlijk ook veel moeilijker om te bewijzen.*

Een boek kan mooi zijn en een boek kan niet mooi zijn.

*En of een boek een vlucht neemt, hangt ook van heel veel toeval af.*

Precies. En is dat dan Professionele kritiek?

*Ja, ik heb ook nog een kaartje met Prestige, maar dat gaat meer over literaire prijzen. En dan heb ik ook nog een kaartje met Lekenkritiek, BookTok en zo. Voor sommige uitgeverijen is dat heel interessant.*

Ja, dat is heel belangrijk. Ik heb er alleen geen zin in, in TikTok. Wel zet ik soms dingen op Instagram en op Facebook.

*Over wat je vertaalt?*

Ja, maar ook de plantjes op mijn balkon en mijn vakantie. Tussen mijn vrienden zitten ook wel uitgevers, maar ook veel willekeurige mensen, die ik misschien niet eens ken. Ach, zo kun je een beetje *buzz* creëren als je een vertaling hebt gemaakt. Dan hoop ik dat andere mensen dat ook gaan delen. Staat dat ook nog ergens op een kaartje, de socials?

*Nee, eigenlijk niet. Alleen dus dat met BookTok, hoewel dat eerder te maken heeft met de vraag of uitgevers op BookTok kijken en of ze het belangrijk vinden wat de lezers van een boek vinden.*

Ik neem aan van wel, dat geeft toch aan of een boek verkoopt? Ik weet natuurlijk niet wat uitgevers vinden, maar ik neem aan dat ze daar wel naar kijken. Ze proberen zichzelf natuurlijk ook altijd te onderscheiden via de socials. Soms moet ik ook wel wat schrijven voor

zulke sites, als Goodreads, Hebban of Tzum. Of ik vragen wil beantwoorden van lezers over een boek dat ik heb vertaald.

Dat was dus de Lekenkritiek. Wat wilde je weten over Prestige?

*Of jij denkt dat het voor redacteurs een belangrijke rol speelt dat een boek een prijs heeft gewonnen of genomineerd is.*

Absoluut. Dat zetten ze ook altijd heel groot op affiches en op het omslag. Uitgevers kunnen bijvoorbeeld ook niet wachten op de shortlistbekendmaking van de Europese Literatuurprijs. Het is allemaal naamsbekendheid.

*En buitenlandse prijzen? Zoals de Booker?*

Jazeker, dat is ook belangrijk. Alleen heeft het merkwaardig genoeg minder impact op de verkoop van de Nederlandse vertaling dan je zou denken. Een boek dat de Booker heeft gewonnen verkoopt niet noodzakelijkerwijze heel goed in Nederland. Prestige is heel belangrijk. Daar is hun literaire fonds ook voor, niet voor de verkopen.

Professionele kritiek.

*Of redacteurs kijken naar de buitenlandse recensies van een boek dat nog niet in het Nederlands is vertaald.*

Ik denk het wel, maar ik weet het natuurlijk niet. Ik ga ervan uit. Het hangt ervan af hoe de rechtenverkoop gaat. In Frankfurt gaat er bijvoorbeeld een soort *buzz* rond – ‘dat boek is iets bijzonders’ – en dan gaan ze bieden. Ik weet niet of ze dan ook de tijd nemen om recensies te lezen of dat ze alleen maar afgaan op het feit dat erover gepraat wordt. Maar ik neem aan dat ze net als ik recensies lezen. Tenzij ze de rechten van een boek al zo vroeg kopen dat er nog geen recensies zijn gemaakt, omdat het boek nog niet uit is. Dan moeten ze afgaan op wat de buitenlandse uitgever zegt: de samenvatting en zo.

*Je vindt het zelf in ieder geval wel belangrijk, als je het in je motivering in de beursaanvraag zet.*

Zeker. Ik lees altijd zoveel mogelijk recensies, van zoveel mogelijk kranten. Ik ga ook op zoek naar negatieve dingen. Ik haal veel uit recensies voor mijn motivering voor de beurs. Dan zie ik ineens: ja, dat is waar, er komen inderdaad heel veel korte zinnestukjes in voor. Dingen die ik eerst irritant vind, zoals eindeloze herhalingen, worden door recensenten kennelijk mooi gevonden. In dit geval zie ik dat niet helemaal, maar als een paar grote kranten er heel enthousiast over zijn, zie ik vast iets over het hoofd.

*Je blijft dan wel dicht bij de brontekst, ondanks dat je het eigenlijk zelf niet prettig vindt lezen.*

Het moet dicht bij de brontekst blijven, ik kan er niet iets anders van maken, want dat is de stijl van de schrijver. Het is natuurlijk soms wel zoeken op welke manier je recht kunt doen aan die stijl.

Even kijken. Vertaalrechten verkocht.

*Ja. Bijvoorbeeld een Engels boek waarvan de rechten zijn verkocht in tien landen of in één specifiek land, wat aantrekkelijk kan zijn voor de Nederlandse uitgever.*

Ik neem aan dat dat belangrijk is. Maar het is meer een vraag voor de uitgever. Ze zijn daar ook altijd heel trots op, dan zetten ze op het omslag dat het al in meer dan twintig landen vertaald is. Ik kan er niet zoveel over zeggen, omdat ik alleen maar te maken krijg met boeken die al door de uitgever zijn gekocht. Ik zit er bij de rechten nog niet bij.

Vertrouwenspersoon. Ik neem aan dat de uitgever daarnaar kijkt. Het kan een vertaler zijn die een boek pitcht. Maar dan zitten redacteurs nog altijd met het probleem of ze het nog kunnen kopen, omdat het vaak al zolang van tevoren wordt verkocht. De buitenlandse uitgever noemt een boek bijvoorbeeld 'een belangrijke literaire gebeurtenis van de eerste orde'. Maar geen hond weet nog wat voor boek het is.

*Je bedoelt dus dat vertalers uit het Engels meestal te laat zijn om een boek te kunnen pitchen omdat ze het boek nog niet in de winkel kunnen kopen?*

Een fysiek boek lezen is bij mij in geen jaren voorgekomen. Ik heb de Engelse versie nooit als boek, nooit op papier, meestal in Word, vol met fouten. Dat is wel vervelend, ik zou natuurlijk veel liever willen dat ik rustig de tijd kon nemen om te vertalen. Maar dat lukt niet. Er zijn ook vertalers die pas willen vertalen als er een echt boek is, als het stof is neergedaald. Ik ben nooit in die positie geweest, ik moest altijd geld verdienen. Het lijkt me heerlijk om uit het Frans te vertalen. Het probleem is gewoon dat er minder werk in is.

Bestsellers, yes, die wil ik. Maar zie er maar eens aan te komen. Ik heb nog nooit een echte bestseller vertaald. Nou, één keer mochten we een thriller vertalen, waaraan we het eerste jaar 50.000 euro royalty's hebben verdiend. Goed verdienen met vertalen kan dus wel.

*Maar dan vertaal je thrillers.*

Ja, en ik vond het verschrikkelijk. Plastische beschrijvingen van een verbrand lijk. Walgelijk. Maar voor al dat geld was het het wel waard.

Ik heb er nog eentje. Brontaal- en cultuur.

*In jouw geval is dus de vraag of het voor een redacteur uitmaakt in welk deel van het Engelstalige gebied iets is geschreven. Of waar de auteur vandaan komt.*

Dat hangt denk ik van het fonds en de interesse van de uitgeverij af. Ik zou het niet weten.

*Zie je wat dat betreft verschillen tussen de onafhankelijke en de concernuitgeverij?*

Van mij vragen ze eigenlijk altijd hetzelfde. Ik heb daar als vertaler geen zicht op. Ik kijk alleen of een boek iets voor me is en zo ja, ga ik het gewoon vertalen. Eigenlijk spelen al die factoren een rol vóórdat het boek bij de vertaler komt.

*Ik stel de vraag vooral, omdat het me in het agentschap soms opvalt dat uitgeverijen een boek bijvoorbeeld te Duits of te Oostenrijks vinden.*

Ik denk niet dat je dat aan vertalers kunt vragen. Redacteurs vragen natuurlijk weleens aan vertalers of iets voor de Nederlandse markt kan, of het te Duits is. Voor het Engels gaat dat niet op. Het komt natuurlijk wel voor dat iets typisch Australisch of Canadees is. Maar in een vertaling kun je daar niet zoveel mee, het zit hem in de woorden. Als iets heel Australisch is, laat ik nog weleens *no worries* staan in het Nederlands. Als duidelijk wordt gemaakt dat iemand op een bijzondere manier praat. We veranderen geen dingen aan de vertaling, we zullen niet naar het Vlaams toe schrijven.

*Vertalen jullie weleens dialect?*

Dat is ontzettend lastig. Als er dialect voorkomt in een boek, moet je van tevoren een principebesluit nemen over wat je ermee gaat doen. Als het boek erom vraagt, kun je een bepaalde schrijfwijze verzinnen of een mengeling van dialecten. Dan komt er wat Gronings in, wat Brabants en wat Vlaams om duidelijk te maken dat iemand niet ABN spreekt. Wat je ook kunt doen is dat je iemand normaal laat praten en af en toe een opvallend woord gebruikt. Zo heet de versnelling van een tractor de ‘giering’. Je gaat eindeloos op zoek naar woorden die net buiten het gewone vallen, zodat mensen zien dat er iets aan de hand is. Of je voegt toe: ‘zei hij in zijn zware dialect’.

*Ik geef toe dat ik dit meer voor mijn vertaalproject vraag, omdat daar dialect in voorkomt.*

Het is wel heel leuk om te doen. Je moet gewoon een beslissing nemen en soms valt het heel goed uit en soms wordt het een beetje knullig. Het is een van de moeilijkste dingen.

*Het leuke is ook dat er geen vaste voorschriften bestaan. Er is in zekere zin wel een vertaalnorm, het vervreemden is gangbaarder bij literatuur dan dat je het helemaal gaat vernederlandsen. Maar echte regels, nee.*

Dan gaat de lol er ook vanaf.

Het is lastig, deze vragen zijn echt meer voor uitgevers.

*Klopt, dat heb ik in mijn vorige interview met een vertaler ook al gemerkt. Die had twee keer een boek gepitcht. Het is toch lastig om te zien wat nou precies de doorslag geeft bij zo’n pitch. Het komt vaak toch neer op iemands persoonlijke smaak.*

Dat kan natuurlijk. Maar ik heb het zelf dus nooit gedaan.

*Mooi dat het nooit heeft hoeven.*

Voor jou een beetje jammer.

*Dat is niet erg, het is ook juist interessant, omdat de redacteurs die ik heb gesproken zeggen heel graag pitches van vertalers te krijgen.*

*Misschien aansluitend daarop nog een laatste vraag. Denk je dat live contact nog belangrijk is? Er wordt in dit digitale tijdperk natuurlijk veel gebeld en gemaïld. Zie jij nog mensen?*

Nauwelijks. Vroeger leverde je inderdaad een stapeltje papier in bij de uitgeverij, of een floppydisk. Nu zie ik bijna nooit meer iemand, maar ik ga wel naar alle borrels, altijd, overal. Of het nou collega’s zijn of redacteurs.

*Om te netwerken?*

Ook. Een van de laatste boeken die ik heb vertaald kreeg ik doordat ik op een borrel met de redacteur praatte. Ik vroeg hem of er nog iets leuks aan zat te komen. De volgende dag kreeg ik een mailtje met een opdracht. Ik geloof heilig in netwerken, vooral ook in het informele netwerken, zoals op borrels. Je moet veel drinken haha.

Je moet overal zijn, zodat ze je gezicht kennen. Ook je collega’s moeten je kennen, want ze kunnen ook niet zelf bedenken dat ze met iemand kunnen samenwerken. Als jij tegen een

collega-vertaler zegt dat je beschikbaar bent, kan het zomaar zo zijn dat hij of zij wel wat hulp kan gebruiken. Zo gaat dat met duvertalingen meestal.

*Ik denk dat je je als beginnende vertaler al snel een beetje opdringerig voelt.*

Maar dat geeft niks. Het hoort erbij, je moet erin zien te komen, dus zorg dat ze je kennen.

## INTERVIEW 7: Agent 1 (A1)

*Kun je misschien iets vertellen over de rol van het agentschap?*

De rol van het agentschap is in de loop van de tijd erg veranderd. Vroeger ging alles via de telefoon of de post. De agent was destijds echt de vertegenwoordiger van de buitenlandse uitgeverij. Dat is nu nog steeds wel zo, maar door de komst van de email hebben uitgeverers nu ook rechtstreeks contact met rechthebbenden. Toch denk ik dat de bemiddeling de belangrijkste rol van de agent is. Dat, en het advies dat je aan je klanten kunt geven. Het komt voor dat er op één titel meerdere biedingen worden gedaan, die veel op elkaar lijken. Als agent kun je dan advies geven aan de rechthebbende: 'Ik zou voor uitgeverij x of y gaan om die en die reden.' Daar luisteren rechthebbenden wel vaak naar.

Als agent ken je iedereen in Nederland. Veel rechthebbenden hebben wel een paar contacten in Nederland, maar ze kennen lang niet alle ins en outs. Dat is denk ik ook een pluspunt, dat je verder kunt kijken dan de Nederlandse en Belgische uitgeverijen. Bijvoorbeeld \*een roman waar laatst een bod op is gedaan door een uitgeverij\*, die hadden ze zonder ons waarschijnlijk niet op hun radar gehad.

*Je hebt dus een grote invloed.*

Ik denk het wel, ik hoop het. Dat was een voorbeeld voor een succesvolle pitch.

*Hoe zie je de uitgeefwereld op dit moment in Nederland? Hoe staat het ervoor met de literatuur?*

In het *Financieel Dagblad* stond onlangs een interview met Josje Kraamer (redacteur bij Querido), waarin ze zegt dat ze meer willen uitgeven voor een breed publiek. Als een literaire uitgeverij zegt dat ze commerciëler willen worden, merk je wel dat er een verschuiving gaande is. Vertaalde literaire fictie staat zeker onder druk, dat vind ik wel jammer om te zien. En dat de Engelse boeken steeds meer overnemen. Ik ben benieuwd hoe het literaire landschap er over tien jaar uitziet. Ik ben bang dat het toch weer heel anders zal zijn dan nu.

Veel uitgeverers hebben het moeilijk. Iedere uitgeverij heeft zo zijn eigen paradepaardjes, als die wegvallen, wordt het denk ik heel moeilijk. Uitgeverijen hebben bestsellerauteurs nodig, die het geld binnen brengen. Ik denk dat het vaak zo is dat binnen een uitgeverij 20% van de schrijvers voor 80% van de omzet zorgt. Het is voor een uitgeverij heel fijn als ze zo'n auteur of zo'n bestseller op den duur kunnen binnen hengelen, om overeind te kunnen blijven. Er zijn genoeg boeken die na korte tijd verramsjt worden. De bestsellerrace wordt steeds intensiever en het leven van boeken steeds korter. Jammer genoeg.

*Dat voel je in het agentschap zeker ook wel?*

Ja, dat merk je wel op de inkomsten, die veranderen. We zijn toch afhankelijk van de verkopen van de uitgeverijen. Die zijn soms moeilijk voorspelbaar. Of eigenlijk niet voorspelbaar. Dat maakt het lastig. Maar omdat we al lang bestaan hebben we veel backlisttitels die nog steeds geld opleveren. Er is een goede basis. Maar dan nog is het belangrijk dat er genoeg nieuwe rechten verkocht worden.

*\*Ik vertel over mijn scriptieonderzoek.*



*Mijn vraag is tweeledig. Waar denk je dat redacteurs op letten als ze boeken acquireren? En waar let je zelf op als je een boek pitcht aan redacteurs?*

Als we de aanbiedingsbrochure van rechthebbenden krijgen, staan daar bij wijze van honderd titels in. Wij maken daar een selectie van, bijvoorbeeld de vier beste titels. Je moet heel selectief zijn, want uitgevers worden gek als je ze honderd dingen stuurt. Je moet precies weten wie je wat aanbiedt. Je hoeft \*een literaire uitgeverij\* geen *pulp fiction* te sturen. Dat lezen ze niet.

Genres en thema's zijn natuurlijk belangrijk. Een boek kan precies op het juiste moment komen. Leeft een thema? Sommige boeken zijn misschien \*niet Nederlands genoeg\*, dat leeft hier dan niet. Wat ook altijd belangrijk is, is de marketing door de rechthebbende uitgeverij. Wat gaat die doen om het boek in de markt te zetten? Wat zijn de verkoopverwachtingen? Hoe zijn de licenties aan andere landen? Dat zijn dingen die zeker meespelen. Als een boek alleen naar Korea verkocht is, wordt de kans dat je het hier kunt verkopen heel klein. Maar als het aan Amerika verkocht is en aan nog een paar grote landen, zijn mensen al veel meer geneigd om een boek serieus te gaan bekijken.

Tot slot is het dus heel belangrijk dat je kennis hebt van de binnenlandse boekenmarkt, zodat je weet met wie je wat moet bespreken. Als ik een afspraak heb met een Nederlandse redacteur, probeer ik heel selectief te zijn. Zodra ik een redacteur zie gapen, hoef ik niet verder te vertellen. Maar als iemand opleeft terwijl je over een boek vertelt, weet je dat je op het juiste spoor zit.

*Je past je pitch dus op het moment zelf aan? Tijdens het live contact? Via de mail kun je natuurlijk ook niet zien of iemand gaapt.*

Precies. En als iemand zegt net iets vergelijkbaars te hebben aangekocht van auteur x, weet je meteen dat die titel het bij die uitgeverij niet gaat worden. Dan kun je beter meteen door naar de volgende titel. Je moet geen dingen opdringen. Tijdens een gesprek kun je ook merken dat je genoeg goede titels hebt gepitcht en er ter plekke een aantal achterwege laten. Maar het is op zo'n afspraak fijn om in principe meer dan genoeg titels achter de hand te hebben, want het gebeurt ook dat je er heel snel doorheen gaat.

Dat moet ook. Op een beurs heb je vaak maar een half uur de tijd om nieuwe titels voor te stellen. En ook als je hier een afspraak met een redacteur hebt, krijg je daar geen uren de tijd voor. De tijd die je hebt, moet je zo efficiënt mogelijk benutten. Sommige mensen ken je ook al zo lang dat je vrij goed kunt aanvoelen of er interesse bestaat.

*Hoe belangrijk is dat, dat je de uitgevers goed kent?*

Heel belangrijk. Sommige redacteurs ken ik al heel lang en ook niet per se alleen maar zakelijk. Het gaat gewoon makkelijker als je mensen goed kent. Een korte mail volstaat dan ook. Bij nieuwe mensen moet je iemands smaak nog leren kennen. Je moet aftasten wat iemand leuk vindt en wat iemand zoekt. Iemands persoonlijke smaak speelt altijd mee. Hoe beter je die kent, hoe beter je je pitches daarop kunt aanpassen.

*Word je weleens gevraagd om een boek te pitchen? Bijvoorbeeld dat een redacteur op een borrel aan je vraagt of je nog iets goeds voor hen hebt?*

Ja, dat zijn altijd de leukste dingen.

\*A1 vertelt een anekdote over een boek dat ze op een borrel pitchte.\* Het kan heel snel gaan wanneer je informeel met iemand praat en die persoon enthousiast kunt maken. Dat gebeurt niet meer vaak hoor, dingen zijn wel formeler geworden de afgelopen tijd. Of ik ga te weinig naar borrels haha.

*Hoe besluit je welke boeken je aan welke uitgevers pitcht?*

Op basis van de aanbiedingsbrochure van onze klanten maak ik een selectie, daarna kijk je bij welke uitgeverijen die boeken passen.

*Bied je alles even breed aan?*

Nee. De belangrijkste titels zijn vaak de zogenaamde hotlisttitels, de boeken die door de rechthebbenden in de schijnwerper worden gezet. Dat zijn titels die je naar veel uitgeverijen stuurt. Maar dan nog is het maar de vraag of die titels aantrekkelijk zijn voor de Nederlandse uitgever. Het nieuwe boek van een auteur die bijvoorbeeld al in het Nederlands is verschenen, kun je moeilijk bij een nieuwe uitgeverij onderbrengen als de eerste uitgever ermee is gestopt. Uitgevers kijken namelijk allemaal in het systeem van het Centraal Boekhuis om te zien wat de verkopen zijn. Als een auteur niet goed heeft verkocht, is de drempel wel heel hoog om het nieuwe boek uit te geven.

*Dan moet je wel een heel enthousiaste redacteur vinden ja.*

Het lukt soms wel. Maar niet vaak. En als het wel gebeurt, zijn het vaak eerder de klassiekers.

*Heb je het idee dat er verschillen bestaan tussen de factoren die een rol spelen bij de selectie door onafhankelijke en concernuitgeverijen?*

Ik denk dat onafhankelijke uitgeverijen net sneller kunnen schakelen, maar dat de grote clubs meer geld hebben, meer marketingmogelijkheden. Soms zijn onafhankelijke uitgeverijen uiteindelijk enthousiaster, omdat ze hun eigen geld uitgeven. Als je in een concern werkt, treft het je niet persoonlijk. Voor de onafhankelijke uitgever is het veel belangrijker dat een boek goed verkoopt – anders kunnen ze niet rondkomen. In het boekenvak zitten heel veel bevlogen mensen die van boeken houden en graag lezen. Als dat niet op jou van toepassing is, is dit vak niet goed voor je. Iedereen heeft die bevlogenheid dus wel in bepaalde mate, maar als je voor jezelf werkt, is dat denk ik nog net een tikkeltje meer zo.

*Onafhankelijke uitgevers kunnen makkelijker schakelen. Wat bedoel je daar precies mee?*

Bij concernuitgevers wordt er wekelijks vergaderd. Iedereen moet aan boord zijn bij de aankoop van een boek. Een onafhankelijke uitgeverij kan een beslissing sneller nemen. Die hebben minder te maken met de goedkeuring van verschillende onderdelen binnen de uitgeverij.

*Heb je het idee dat kleinere uitgeverijen de boeken in meer detail lezen? Omdat er meer van dat ene boek afhangt?*

Ik denk het wel. Grotere uitgeverijen moeten hun aanbieding vullen. Kleine uitgevers kunnen waarschijnlijk gemakkelijker besluiten om een boek meer of minder te doen dat

seizoen. Ik denk dat alle uitgeverijen de boeken die ze aankopen wel lezen, maar dat kleine uitgeverijen het heel zeker moeten weten en zich minder missers kunnen veroorloven. Als er bij een grote uitgeverij een keer iets tussen zit wat niet goed is, wordt de klap sneller opgevangen.

*Het blijft moeilijk om zo 'n misser te voorkomen. Omdat het zo onvoorspelbaar is.*

Zeker, het boekenvak is onvoorspelbaar. Zo hebben we weleens een boek van een Amerikaanse schrijver verkocht, dat een enorm succes is geworden. Niemand had dat van tevoren zien aankomen. Als zoiets gebeurt, is dat natuurlijk heel leuk. Maar waarom het ene boek een succes wordt en het andere niet... Het kan aan zoveel dingen liggen. Je hebt soms ook gewoon geluk nodig, goede timing. Een thema dat opeens aanslaat.

We hadden bijvoorbeeld een schrijver die over \*een zeker maatschappelijk onderwerp\* schreef. Dat boek werd een megahit en die auteur een soort expert op dat gebied. Er zijn daarna wel veel copycats gekomen, maar zo goed als dat boek verkocht er geen.

*\*Ik leg het kaartjessysteem uit.\**

*Wat vind jij belangrijk als je een boek pitcht?*

\*Agent 1 legt de kaartjes op volgorde. Van meest naar minst belangrijk: Auteur – Aansluiting fonds – Persoonlijke smaak – Factsheet – Bestseller – Vertaalrechten verkocht – Risico – Vertrouwenspersoon – Thema – Genre – Stijl – Prestige – Vertaalsubsidie/vertaler – Brontaal/-cultuur – Professionele kritiek – Lekenkritiek

*Vertel, waarom staat Auteur helemaal bovenaan?*

Daar begint het voor mij mee. Zonder werk van de auteur kan ik niks beginnen.

*Je bedoelt dat er een boek moet zijn?*

Ja, dat er materiaal is dat ik zou kunnen verkopen. Dat is de auteur, diens werk.

*Kijk je naar de biografie van de auteur? Bijvoorbeeld of het iemand is die debuteert?*

Dat zijn zeker dingen die meespelen. \*Een redacteur\* zegt weleens dat die geen oude schrijvers doet. Die gaan niet meer zo lang mee, terwijl jonge mensen vaak meer puf en tijd hebben, en ze kunnen ook vooral nog iets opbouwen. Als ik naar een auteur kijk dan stel ik mezelf de vraag of er potentie in zit. Wat voor genre doet diegene?

Daarna ga ik kijken bij welk fonds een schrijver past. Het is voor ons heel belangrijk om een goede match te kunnen maken. Daarvoor is het belangrijk om de persoonlijke smaak van een redacteur te kennen, zodat je daar op in kunt spelen. \*Sommige uitgeverijen\* houden van kunstenaressen, \*andere\* van romans over sterke vrouwen. Naar dat soort boeken ga ik dan bij de rechthebbenden op zoek. Dan kan het alsnog wel lang duren voordat een uitgeverij een beslissing neemt, maar je weet vaak wel of je met een pitch de juiste snaar hebt geraakt of niet.

*Koppel je bepaalde Nederlandse uitgeverijen aan buitenlandse uitgeverijen die een beetje hetzelfde doen?*

Dat is sowieso handig, maar daarna moet je ook nog binnen het fonds kijken of iets specifiek bij een bepaalde uitgever past. Op een gegeven moment weet je wel welke

rechthebbenden bij welke uitgeverijen passen, of ze meer commercieel of juist meer intellectueel doen.

*Laat je bij een pitch ook je eigen persoonlijke smaak meewegen? En óf je een boek gaat pitchen?*

Minder. In boekenland zijn er heel wat smaken en mogelijkheden en wat de een afschuwelijk vindt, vindt de ander prachtig. Ik laat me daar niet zo snel meer door afschrikken.

Het factsheet is vooral in het begin van de selectie door uitgevers heel fijn. Zo weten mensen waar het over gaat, wanneer het uitkomt... Dat zijn wel belangrijke dingen op basis waarvan uitgevers een beslissing nemen. Een compact boek dat relatief snel uitkomt vinden uitgevers vaak heel fijn. Met name voor de Engelse titels is het vervelend als de Engelse boeken eerder uitkomen dan de Nederlandse vertaling, want dan kun je soms achter het net vissen. Dat zijn ook dingen die ik in mijn achterhoofd houd.

Bestsellerpotentie vinden uitgevers heel fijn. Als dat er is zijn ze ook sneller geneigd om meer te bieden dan wanneer het, oneerbiedig gezegd, een doorsnee boekje is.

*Vinden alle uitgevers dat fijn?*

De meeste wel denk ik.

*Wanneer heeft een boek bestsellerpotentie? Als het in het buitenland een bestseller is?*

Het ligt wel aan verschillende factoren. Als het daar een succes is, hoeft het dat hier zeker niet te worden. Het werkt niet één op één. Wanneer een BN'er een boek schrijft, heeft dat waarschijnlijk meer kans om een bestseller te worden dan iets soortgelijks uit een ander taalgebied. Maar het is al heel goed als een boek überhaupt uit de kosten komt.

Of er vertaalrechten verkocht zijn vinden uitgevers altijd prettig om te weten. Naar welke landen is het al verkocht? Als het aan meerdere landen verkocht is, is de kans dat je het hier kunt verkopen ook weer groter dan wanneer het alleen aan Korea verkocht is.

*Gaat het om kwantiteit? Als een boek in tien Oost-Europese landen vertaald is, maar bijvoorbeeld nog niet in het Frans of het Engels... Wat is dan belangrijker?*

Nederlanders zijn op de een of andere manier minder gecharmeerd van Oost-Europa. Voor hen zijn die licenties minder belangrijk. Als Amerika, Engeland, Italië, Frankrijk en Spanje ertussen staan, zou het sneller gaan. Hoewel het niet per se iets wil zeggen als een boek het heel goed doet in een bepaald taalgebied. Als een auteur uit Oost-Europa komt, of daarover schrijft, zal die daar geheid een grotere fanbase hebben. Maar ik denk wel dat Nederlandse uitgevers in eerste instantie hun twijfels zullen hebben.

*Misschien ook omdat ze die uitgeverijen minder goed kennen dan de West-Europese uitgeverijen?*

Ja, dat speelt zeker mee. Nederlandse uitgeverijen kijken toch het liefst naar de grote spelers. Er wordt veel uit dezelfde vijver gevist, terwijl er natuurlijk best ruimer gekeken kan worden. Naar \*een bepaald taalgebied\* wordt tegenwoordig meer gekeken, wat denk ik komt doordat het Engelse boek in opkomst is. \*Die taal\* is minder geliefd, minder mensen kunnen hem lezen. Het is niet erg als het boek \*in die taal\* al op de markt is, omdat je er niet veel

klandizie aan kwijt zal zijn. Vertaalrechten spelen dus zeker een rol bij de aankoop van een nieuw boek.

Uitgevers houden niet van risico's. Bij debutanten zijn uitgevers geneigd om even af te wachten. Tenzij het formidabel is.

*Hebben ze meer vertrouwen in auteurs die al meerdere dingen hebben gepubliceerd omdat de rechthebbende uitgeverij dat vertrouwen blijkbaar ook heeft?*

Ja. Een debutant moet zich nog bewijzen. Als het eerste boek niet goed verkoopt, kan die op de Nederlandse markt meestal wel inpakken. Dat is best tragisch. De risicofactor weegt dus zwaar mee.

Ik denk dat het ook heel belangrijk is als een boek is aangeraden door een vertrouwenspersoon. Als een vertaler die een goede band met een uitgeverij heeft, bij een redacteur een boek neerlegt waar de vertaler in kwestie heel enthousiast over is, dan heeft die daar weliswaar zelf belang bij, maar dat wil niet zeggen dat de uitgever er dan geen belang bij kan hebben. Als de redacteur de vertaler vertrouwt, kan zo'n tip heel fijn zijn.

Er zijn natuurlijk ook scouts. Die worden betaald door de uitgeverij en maken rapporten van de goede boeken. Dat zijn ook een soort vertrouwenspersonen en op hun oordeel wordt zeker gevaren. Ik denk zeker dat dat tot verkopen kan leiden. Het kan ook zijn dat meerdere mensen positief zijn over een boek, een vertaler én een agent, of een scout in combinatie met andere factoren. Ik heb vaak het idee dat het een samenspel is van meerdere mensen en meerdere inputs. Dat het meestal niet van één persoon afhangt, vind ik zelf ook leuk.

*Hoe meer factoren, hoe beter. Bijvoorbeeld, hoe meer goede recensies plus prijzen plus adviezen. Maar tegelijkertijd wordt een boek dan ook groter en duurder. Sommige uitgeverijen kunnen het dan niet meer betalen. Het kan dus ook juist schelen als er bijvoorbeeld alleen een tip van een vertaler komt, terwijl voor de rest niemand weet dat het boek bestaat.*

Een gouden tip is voor de betreffende uitgever zeker heel fijn.

*Maar het is natuurlijk ook fijn als je je op meerdere factoren kunt baseren. Dan is het risico lager.*

Dan zit je sneller veilig.

*Thema, genre, stijl.*

Die drie horen, als je naar de rechtenverkoop kijkt, een beetje bij elkaar. Alle drie moeten ze kloppen, voordat je een boek überhaupt bij een uitgever kunt neerleggen. Die moeten passen.

*Bedoel je dat die drie dingen bij een specifieke uitgeverij moet passen?*

Die drie dingen neem ik denk ik altijd een beetje samen om te kijken of het bij een bepaalde uitgeverij past. Uiteindelijk beslist de uitgever natuurlijk of een boek hen aanspreekt. Als een uitgeverij bijvoorbeeld niet van een bepaalde stijl houdt, zoals heel korte zinnen, dan zal ik het niet pitchen.

Prestige wordt steeds minder belangrijk. Vroeger had je bijvoorbeeld de \*literaire prijs\*. Zodra bekend werd bij wie de rechten van het winnende boek zaten, kreeg ik een bod. Als een boek heel spraakmakend is, krijg je het ook zonder zo'n prijs verkocht, maar bij sommige

boeken weet je dat de prijs een rol gespeeld heeft, ondanks dat het vanwege de prijs zeker nog geen stormliep. De tijd dat je voor iedere winnaar van die prijs een bod kreeg, is voorbij.

*Waar ligt dat aan? Zijn de boeken minder goed?*

Dat niet, maar de prijzen hebben minder invloed. In Nederland kent de doorsnee lezer de prijs niet.

*Hebben andere prijzen nog wel invloed?*

De Nobelprijs voor Literatuur is heel belangrijk. Die wordt altijd rond de Frankfurter Buchmesse bekend gemaakt en leidt ook meestal wel tot verkopen. Toch blijven de verkopen achter bij de verwachtingen die zo'n prijs schept. Tien jaar geleden was een prijs voor lezers denk ik nog een reden om een boek te kopen, nu is dat minder geworden.

Vertaalsubsidie en vertaler zijn zeker belangrijke aspecten. Een vertaalsubsidie is mooi meegenomen, omdat de vertaalkosten van een boek heel hoog zijn. De kwaliteit van een vertaler is ook heel belangrijk. Ik denk wel dat de toekomst voor vertalers moeilijker zal worden door de komst van AI. Bepaalde genres laten zich vermoedelijk gemakkelijk door vertaalprogramma's vertalen. Voor echte literatuur heb je mensen nodig, die kunnen de stijl goed overbrengen. Maar bepaalde genres die wat lager in de markt staan kun je makkelijker aan een AI en een corrector overlaten. Ik ben bang dat het meer en meer die kant op gaat. Maar we zullen het moeten afwachten.

Brontaal/-cultuur?

*Daarmee bedoel ik of het uitmaakt uit welke taal iets vertaald wordt en uit welke broncultuur.*

Ik hoor wel vaak dat iets te zeer \*een bepaalde taal\* is. In \*bepaalde landen\* zijn de boeken en de manier van vertellen niet altijd een match met de smaak van Nederlandse uitgevers.

Met professionele kritiek bedoel je zeker recensies? Ik weet zeker dat er uitgevers zijn die boeken die op \*een bepaalde website die recensies verzamelt\* verschijnen, meteen gaan lezen. De oude garde die langzaamaan het boekenvak aan het verlaten is keek altijd naar recensies, maar de wat jongere collega's zijn er minder gevoelig voor, hoewel ik dat van sommige taalgebieden natuurlijk niet weet. In sommige gebieden spelen influencers een grote rol. Het belang van de professionele kritiek hangt dus af van het land en naar wie er dan geluisterd wordt.

De Lekenkritiek had je als laatste hè?

*Ja, jij in ieder geval haha.*

Haha, dat klopt.

*De vraag is of mensen, waaronder jij, kijken naar wat er op bijvoorbeeld BookTok of Goodreads wordt gezegd bij het oriënteringsproces.*

Ik kijk soms wel naar de sterren en lezersrecensies op bijvoorbeeld Amazon. Als die positief zijn en overeenkomen met mijn eigen gevoel, dan kan ik een boek wel makkelijker pitchen, maar het is niet vaak voorgekomen dat een lezersrecensie heel negatief was, terwijl ik ergens zelf lyrisch over was. Dat komt meestal wel een beetje met elkaar overeen.

*Er komen nog een paar vragen over het belang van beurzen en livecontact met uitgevers. Heb je het gevoel dat er wat dat betreft veel veranderd is de afgelopen jaren?*

Ja. Sinds de coronatijd heeft het videobellen een vlucht genomen, maar ik vind het zelf altijd het handigst om bij uitgevers langs te gaan. Dat probeer ik ook planmatig te doen en dan niet alleen bij de mensen die ik leuk vind, haha. Eigenlijk zou je iedereen in Nederland twee keer per jaar live moeten zien en het liefst daarnaast ook nog op de beurzen. Dat geldt denk ik net zo goed voor je klanten, de rechthebbenden in het buitenland, dat je die ook naast de beurzen moet bezoeken. Door corona ben ik een paar jaar niet op reis gegaan en dat probeer ik nu in te halen.

*Waarom is dat belangrijk? Om te netwerken? Voor de gunfactor aan het agentschap?*

Als je mensen live spreekt en je ze voor een aantal titels enthousiast kunt maken, levert dat vaak wel iets op. Niet na ieder gesprek of binnen een week, maar er gaat dan toch iets sudderen. De mailtjes daarna, bijvoorbeeld met updates over die titels, vormen een soort speldenprikjes. Met alleen mailen kom je er niet. Ik denk dat uitgevers soms ook gek worden van al het materiaal dat ze krijgen, want dat krijgen ze tenslotte niet alleen van ons, maar ook rechtstreeks van rechthebbenden, van andere agenten, scouts. Ze krijgen onwijs veel op hun bordje, dus je moet een goede manier zien te vinden om daar doorheen te varen. Dat is de kunst. En dat is het leuke.