

# S.O.S. Vlaamse literatuur

*“Schrijvers, boeken en lezen moeten weer sexier en spannender worden.”*

Het is een spijtige vaststelling aan het eind van 2018: literaire titels van Vlaamse auteurs raken vandaag de dag steeds moeilijker in de Boeken Top 100. Boeken Magazine probeert een antwoord te vinden op de vraag waarom. Dit zijn de drie vragen die we een aantal betrokkenen voorlegden:

- 1/ *Waarom halen steeds minder (Vlaamse) romans de bestsellerlijsten?*
- 2/ *Is dit een tijdelijk of eerder een structureel probleem?*
- 3/ *En hoe kunnen we deze negatieve trend keren in 2019?*

FOTOGRAFIE: ARCHIEF

**Johan Ghysels**  
(uitgever Lannoo)

1/ Die vaststelling klopt helaas. Als je de verkoop in de eerste 44 weken van 2018 met die van 2017 vergelijkt, dan is er om te beginnen een omzetsdaling van meer dan 5%. Als we de loep op de literaire fictie zetten, dan bedraagt die daling zelfs meer dan 25%. Literaire fictie vormt minder dan 10% van de totale fictiemarkt. En er worden drie keer meer kookboeken – al vertoont ook dat genre een terugval – dan literaire romans verkocht in Vlaanderen. In de Vlaamse GFK top-100 van de fictie kwamen in 2017 nog 36 Nederlandstalige titels (3 in de top-10 en 17 in de top-50) voor. In 2018 zijn dat nog amper 24 Nederlandstalige titels van de 100, waarvan slechts 1 in de top-20 en 9 in de top-50. In 2017 stond de hoogst genoteerde Vlaamse literaire roman op plaats 4, in 2018 op plaats 31. Dat zijn toch wel duidelijk tekens aan de wand dat onze romans van eigen bodem aan het wegzakken zijn. Dat is zowel voor de literaire fictie en non-fictie als voor de spannende boeken het geval.

2/ Het succes van bepaalde genres verloopt zeker cyclisch. Je hebt niet elk jaar zwarte zwanen als de Harry Potter-reeks, de Millennium-trilogie of Vijftig tinten grijs. En

je hebt in de Vlaamse Letteren niet elk jaar een hausse van een aantal nieuwe romans van bekende Vlaamse auteurs zoals in 2017. Maar je kunt er wel voor proberen te zorgen dat er in alle belangrijke genres telkens weer belangwekkende auteurs te ontdekken vallen.

Mensen hebben vandaag minder tijd, soms ook energie, om te lezen en ook minder tijd om zich bij hun literatuurkeuze te oriënteren. Ze laten zich dus in toenemende mate leiden door top-tien of eindejaarslijstjes, waarin door de kenners vaak buitenlandse toptitels bejubeld worden. Dat is niet helemaal onterecht, want er worden wereldwijd geweldige boeken geschreven. Maar we zouden toch ook wel wat meer chauvinisme mogen vertonen. Minder dan 10% van onze verkochte literatuur is van eigen bodem, dat is veel te weinig. 2/ Ook in een relatief klein taalgebied als het onze loopt er heel veel toptalent rond. Maar doordat die auteurs minder goed verkopen, worden ze steeds minder gecast door uitgeverijen, die in steeds moeilijker omstandigheden moeten werken. Zo krijg je een negatieve spiraal voor onze literatuur, ondanks de vele initiatieven en inspanningen.



Er is dringend nood aan meer visibiliteit voor onze eigen schrijvers: recensies, interviews, tv-optredens, talkshows, literaire avonden, leesclubs... Schrijvers, boeken en lezen moeten weer sexier en spannender worden. Daarnaast zullen uitgeverijen specifiek werk moeten maken van een merkenbeleid en sterkere communicatieplatformen, in plaats van elke roman op min

**Hilde Van Malderen**  
(auteur – debuteerde in 2017)

1/ Omdat de ‘Vlaamse literatuur’ nog te veel is blijven stecken in de vorig eeuw en nog te veel in zijn eigen cirkeltje blijft hangen. Dat vals elitaire kantje moet eruit. Toen ik debuteerde, kreeg ik volgende opmerking van een prijswinnende auteur: dat ik goed kon schrijven, maar dat ik te commercieel ben. Waarmee hij wilde zeggen dat de literaire wereld mij niet zou aanvaarden omdat ik een interview had gegeven aan de Flair en omdat mijn boekpresentatie een groots opgezet event was. Om maar te zeggen, in Vlaanderen mag je wel een boek schrijven, maar je mag van de ‘literaire elite’ vooral niet te veel

*“We zouden wat meer chauvinisme mogen vertonen. Minder dan 10% van de verkochte literatuur in Vlaanderen is van eigen bodem.”*

of meer dezelfde manier en met te weinig middelen in de markt te proberen zetten. Of dat kan? Natuurlijk wel. Onze Rode Duivels waren een tiental jaren geleden een saai merk met een lage waarde en de wedstrijden van de nationale ploeg werden voor een halfleeg stadion gespeeld. Door een sterke marketing, communicatie en branding zijn het merk en de beleving errond nu weer springlevend. Een heel grote groep mensen houdt ècht van lezen. Laat ons van dat lezen dan ook een echte beleving maken.

3/ Ik zou tot slot ook durven pleiten voor minder uitgaven. In geen enkel genre is het overaanbod aan titels zo groot als in de fictie. In 2018 werden er bijna 60.000 verschillende romantitels verkocht, en dat aantal blijft nog elk jaar stijgen. Dat is veel te veel, zodat de recensent, de boekhandelaar en de lezer door de bomen het bos niet meer kan zien. Daarom moet er dringend gesnoeid worden. Uitgeven is talent een stem geven, maar in een koor met 60.000 stemmen is het moeilijk om er de nachtegale uit te pikken. Bij Lannoo proberen we in ieder geval selectief te zijn, maar ook voluit de kaart van de Vlaamse auteurs te trekken.



moeite doen om het ook te verkopen want dan ben je geen echte schrijver en hoor je niet tot het groepje. Commercieel zijn is iets vies. Dus niet onlogisch dat buitenlandse auteurs met hun marketingbudgetten en PR-campagnes ons over het hoofd springen. Zolang wij ons als keuterboerkes blijven opstellen en alleen maar naar onze

eigen navel blijven staren, gaan we alsmaar minder meetellen. Want de boeken van buitenlanders zijn echt niet altijd beter, maar zij hebben het verkopen gewoon beter in de vingers. Daarnaast zit er wel een contradictie in de vaststelling. In tijden dat een Vlaams nationalistische partij de grootste is en het graag heeft over de Vlaamse identiteit, krijgen Vlaamse auteurs minder kansen van de lezer, terwijl je net het omgekeerde zou verwachten. Hoe cynisch is dat?

**2** / Het is een kwestie van willen. Ik zie geen structureel probleem. Vlaamse auteurs moeten gewoon mee met hun tijd. Waar zitten ze op de sociale media? Waar zitten ze in de media tout court? Die media zijn sowieso al niet bovenmatig geïnteresseerd in Vlaamse literatuur. Wat zou je ook willen, als er zoveel stof op ligt? We zijn gewoon te saai.

**3** / Naast goede boeken schrijven is marketing –oeps weer zo’n vies woord– even belangrijk, tot spijt van wie het benijdt. Kijk naar Lize Spit. Haar uitgeverij is er, nog voor het boek verscheen, in geslaagd een hype te creëren. En toen bleek dat haar boek voor geen meter verkocht in Nederland, legden

### Marnix Peeters

**1** . Een gemiddelde uitgever brengt 400 titels per jaar op de markt — en dan tellen we de strips en Hoe Bouw ik een Tuinhuis met 10 Planken nog niet mee. Je hoeft geen rekenwonder te zijn om te becijferen hoeveel tijd, geld en moeite er vanuit die hoek aan uw boek zal worden besteed.

**2** . De gevolgtrekking van die vaststelling zou moeten zijn: dan zit er maar één ding op: ik doe mijn duit in het zakje — ik trek zelf mee de kar! Bel nu naar een promotieverantwoordelijke van een Vlaamse uitgeverij en vraag hoeveel moeite hij of zij anno 2018 nog altijd heeft om zijn of haar auteurs te overhalen om met een facebookpagina te beginnen.

**3** . Lezen wordt nog altijd als een soort schimmel beschouwd. Ook in de campagnes die het zogezegd moeten bevorderen. Er wordt kneuterig over gedaan — als je leest heb je een bril en wat achterstand. Er moeten speciale programma’s voor gemaakt worden op tv, en als die er dan zijn zegt iedereen: ze zijn te populair.

*“Lezen wordt nog altijd als een soort schimmel beschouwd. Ook in de campagnes die het zogezegd moeten bevorderen.”*

*“Zolang wij ons als keuterboerkes blijven opstellen en alleen maar naar onze eigen navel blijven staren, gaan we alsmaar minder meetellen.”*

ze honderden boeken op de trein als publiciteitsstunt en hopta, ze was ook daar vertrokken.

Het gaat niet meer alleen over een boek schrijven, je moet ook nadenken over wat je met dat boek gaat doen en niet gewoon een persberichtje uitsturen. Out of the box durven te denken. Naar buiten komen. Lawaai maken. Onszelf op de borst kloppen.

Dus ja, de trend kan gekeerd worden, maar dan moet er echt wel een mentaliteitswijziging komen, ook bij de uitgeverijen.

**4** . De literaire instanties blijven weigeren om hun centen in iets waardevols en relevant te investeren, zoals de opleiding van onafhankelijke literaire redacteurs en een goede vorming in promotie en (social) marketing, en blijven in de plaats auteurs jaarlijks drink- en zwijggeld toestoppen dat niks oplevert, zéker geen betere boeken.



### Marieke Roels

(stafmedewerker proza bij het Vlaams Fonds der Letteren)

**1** / Als we kijken naar productie, of bijvoorbeeld ook naar het recordaantal aanvragen voor stimuleringsbeurzen, moet ik vaststellen dat er aan aanbodzijde wel veel lijkt te gebeuren. Er wordt duidelijk nog veel proza geschreven. Maar de lezer wil blijkbaar niet mee. Dat zijn verschuivingen die wellicht een waaier aan oorzaken kennen (gedifferentieerd vrijetijdsaanbod, opkomst van netflix, populariteit aan series of andere digitale vrijetijdsbesteding, algemene daling van geletterdheid die blijkt uit de PISA-resultaten, ontleding...). Vanuit het VFL vat krijgen op die algemene maatschappelijke tendensen is utopisch denken, maar wel proberen we zo goed mogelijke ondersteuning te bieden voor auteurs van literair kwalitatief proza (en ook andere genres natuurlijk), bv. via werkbeurzen of lezingensubsidies, en voor initiatieven die de lezer willen

bereiken (leesbevorderingsbeleid). Verschillende literaire initiatieven zetten zich in om proza en proza-auteurs een podium te geven. Bij de auteurslezingen merken we ook hoe het meer en meer belangrijk wordt voor een auteur om ook naast het boek zichtbaarheid te genereren. Voor de minder zichtbare auteur wordt het wellicht alleen nog maar moeilijker om in de boekentop terecht te komen. Diezelfde beweging zagen we ook in de muziekindustrie.

*“Er wordt nog veel proza geschreven. Maar de lezer wil blijkbaar niet mee.”*

### Jennifer Vrielinck

(debuteerde in 2018)

**1** / Er is niet echt een leescultuur in Vlaanderen (voorlaatste plaats op de Europese rangschikking, las ik ergens, we laten alleen nog Portugal achter ons wat betreft ‘literatuur lezen’) gecombineerd met een sterke marketing voor buitenlandse vertaalde producten die hun succes al hebben bewezen en traditioneel de strips en kookboeken die vaak bijproducten/merchandising zijn van populaire bekende personen en tv-programma’s.

Bovendien is er te weinig chauvinisme in/voor onze taal. Als iets niet verkoopt of niet in de top geraakt dan kan dat aan twee factoren te wijten zijn: inhoudelijk (kwaliteit of thematisch) of marketingstrategisch.

De kwaliteit is er, dat staat buiten kijf. We hebben zonder twijfel zeer veel talent (gekend én nog onontdekt) en er is de (meer dan behoorlijke) selectie die wordt gedaan door de uitgevers zelf.

De thema’s zijn internationaal en lokaal vergelijkbaar, wat aan de ene kant een universaliteit van de literatuur schenkt en alles leesbaar en dus herkenbaar maakt maar er ook voor zorgt dat als er al een boek rond het thema geschreven is in het Engels bijvoorbeeld met garantie op succes, dat die dan de voorkeur krijgt, boven eigen auteurs.

Misschien is het dus wel marketingsgewijs dat het probleem zich stelt.

Misschien omdat de flow niet goed zit?

De meest gestelde vraag die ik zelf krijg, is: Waarom zie ik je boek nergens liggen? Waarom kopen boekwinkelketens niet aan? Waarom promoot de uitgever dat niet?

De roman is geschreven, geselecteerd voor uitgave en gedrukt en dan wordt het moeilijk. Wanneer ik winkels inloop, zelfs de boekenbeurs, ligt de bulk van de literaire boeken van Vlaamse auteurs niet in het zicht. Als courante boekenwinkelbezoeker ben ik vaak verbaasd hoeveel boeken er het afgelopen jaar uit-

*“Er is verleidingswerk aan de (boeken-)winkel.”*

gekomen zijn die me totaal ontgaan zijn, die nooit de boekwinkelketens halen. Maar keer op keer, soms tot vervelens toe, zie ik dezelfde ‘toppers’ voorbijkomen die door een marketingbudget gestuurd worden. Voor literatuur is dit ruwweg een verdeling van negen op tien vertaalde werken en één Vlaamse auteur. Fijn voor die auteur en ik zou er zelf ook niet om malen als mij dat zou overkomen maar het geeft een vertekend beeld van wat er verschijnt in Vlaanderen. Negen Vlamingen tegenover één vertaald werk zou logischer zijn in Vlaanderen zelf.

**2** / Ik vrees een structureel probleem, zoals ik hiervoor al zei, maar hoop dat het tijdelijk is als we de structuur aanpakken. Ik zou het willen vergelijken met de Deense keukens. In Denemarken is de cuisine in het verleden verworden tot eenheidsworst. Geen kleur meer, geen finesse. Een snel gemaakte, altijd en door iedereen gesmaakte hap. Iedereen kookte en at daardoor letterlijk basic food. Eten was om honger te stillen, had geen enkel andere functie meer. Het aandeel in het gezinsbudget was klein dus niemand klaagde. De zintuigen werden echter gelukkig weer wakker gemaakt door The New Danish Cuisine, ook genaamd The Nordic Food Revolution. Alles begon met een hervonden liefde voor eigen kweek en talent. Een liefde voor de ambacht en een honger naar nieuwe smaken en ontdekkingen. Ik denk dat we hier voor ons probleem een soort sensuele ontwakingsmechanisme moeten in gang zetten om Vlaamse literatuur te ontdekken. *Er is verleidingswerk aan de (boeken-)winkel.*

**3** / Idealiter zouden mensen met een hart voor de literatuur moeten samenkomen en de koppen bij elkaar steken om het momentum te creëren en lezers te enthousiasmeren. Promotie voeren voor wat er verschijnt in Vlaanderen. Het is goedkoper om massaproductie in te voeren of te maken dan om de duurzame, lokale ambacht te promoten. Lokaal gaat natuurlijk gepaard met risico's nemen én het is zeer arbeidsintensief. Wat uit het buitenland komt, heeft al meer filters doorstaan dus de investering is beter gewaarborgd. Voorlopig zitten we dus onder het juk van de massaproductie. Kwaliteit kan daardoor lijden onder de kwantiteit. Misschien moeten we ook hier weer lokaal beginnen denken en de Sant in eigen land her- en erkennen.



### Anne Provoost

**1** / Ik denk dat we in veranderende tijden leven en die veranderingen gaan sneller dan we ons kunnen aanpassen. We blijven terugvallen op oude waarden, zoals verkoopcijfers van boeken, maar alles is aan het wijzigen, onze manier van lezen, onze aandachtsspanne, onze verhouding met tijd en ontspanning, onze bereidheid om voor niet-materiële zaken te betalen etc. Zeldzaam worden de mensen die nog een boek willen bezitten, het papieren boek is een balast voor de mobiele samenleving waar we naartoe gaan. Mensen willen de gedachten uit boeken, maar ze hoeven het fysieke object niet meer te bezitten. Er is niet meer een echte bereidheid om voor tekst te betalen. Daarin volgt de muziek. Waar mensen nog wel voor willen betalen is een beleving, liefst een sociale beleving, met anderen. Ik geloof dat ook dat er een grote toekomst is in de literatuur voor poëzie, meer bepaald voor 'slam poetry'. Dat is kort, het is een gebeuren die je samen met andere kunt doen. Dikke boeken worden problematisch.

**2** / Aan de zijde van de receptie verandert alles, zie hierboven, en vermoedelijk voorgoed. Aan de zijde van de productie verandert er natuurlijk niets. De schrijver zal altijd het boek schrijven dat hij moet schrijven, los van alle vragen over verkoop en lijstjes en prijzen.

**3** / Ik weet niet zeker of dit een negatieve trend is. Moeten boeken op bestsellerslijsten staan? Moeten boeken goed verkopen? Misschien zijn er andere manieren om mensen aan het lezen te houden dan door ze boeken te verkopen. Misschien lezen ze wel de boeken uit de bib. Misschien moeten schrijvers anders worden verloned dan met verkoop van boeken. Boeken zijn een wegwerpartikel geworden, ik zag laatst een vuilniscontainer vol boeken op straat, iemand had de volledige boekenkelder van zijn oude oma en opa weggegooid, en iedereen fietste gewoon voorbij. Geen enkele jongere die nog in de container ging staan om zijn slag te slaan. In mijn tijd zou er zijn gevochten om die boeken. Toen ik jong was waren boeken een schaars goed, nu is er een overaanbod van alles, dus ook van boeken.

*“Dit soort vraagstukken zouden niet de zorg mogen zijn van de schrijvers. Die moeten boeken schrijven.”*

Over de hele lijn vind ik dat dit soort vraagstukken niet de zorg zouden mogen zijn van de creatieve schrijvers. Die moeten boeken schrijven. Wat nodig is, is een sociale en politieke omgeving, een beleid, dat hierover nadenkt, en maatregelen treft. Ik vrees ook dat we hier te maken hebben met grootse globale verschuivingen die slechts tijdelijk door een beleid kunnen worden gereduceerd.



### Christophe Vekeman

Ik vrees dat de Nederlandstalige literaire wereld oogst wat zij gezaaid heeft en nog altijd bezig is te zaaien. Wanneer, namelijk, gedurende jaren door de kritiek vooral die romans als belangwekkend worden aangeprezen die 'waar gebeurd' zijn, en wanneer de jury's van de grote prijzen in de eerste plaats die romans bekronen die een 'interessant', vaak geschiedkundig en in elk geval 'maatschappelijk relevant' onderwerp behandelen, zonder daarbij veel oog te hebben voor de artistieke kwaliteit van het geschrevene, wel, dan gidst men het lezerspubliek, dat het volgzzaamste publiek van de wereld moet zijn, onvermijdelijk en automatisch in de richting van boeken die het moeten hebben van hun zogenaamde inhoud, van hun educatieve waarde zelfs, en dus niet van de manier waarop zij zijn geschreven, gestileerd en vormgegeven. Men gidst zodoende, met andere woorden, het publiek weg van de literatuur en in elk geval van de fictie. Dat doet men, dat heeft men gedaan. Of het nog goed komt? Nee. Het is te laat.

*“Of het nog goed komt? Nee. Het is te laat.”*



### Daan Esch

(debuteerde in 2018)

**1** / Aan het aantal en de kwaliteit van de Vlaamse romans zal het niet liggen. Sinds sociale media van ieder van ons een auteur gemaakt hebben, is het aantal nieuwe titels eenvoudig niet meer bij te houden. Maar de concurrentie in bestsellerland is bikkelhard. Nog meer dan vroeger is het opboksen tegen de overmacht van literair vertaald geweld - dat per definitie meer publicitaire budgetten in de strijd kan gooien dan wij ons op dit klein taaleilandje ooit kunnen veroorloven. Er komt gewoon te veel op ons af. Dat zorgt voor keuzestress. En wat doet een mens in zo'n geval? Hij leest steeds meer op veilig. Of je nu lezer bent, recensent of uitgever, je komt er niet meer onderuit. Tijd is geld en van geen van beide heb je ooit genoeg. Altijd makkelijker om getipt te worden door een ander dan zelf op zoek te gaan naar kwaliteit. Ook dat gedrag hebben sociale media ons aangeleerd. Het draait steeds minder om je eigen neus dan om de neuzen uit je netwerk, of die zich nu laten leiden door tips van medelezers, literaire wedstrijden, buitenlandse verkoopcijfers of critici - die niet betaald worden per gelezen regel, en eigenlijk ook maar ternauwernood per geschreven regel. Bronnen hebben is belangrijker geworden dan je oog voor talent ontwikkelen. Maar als die bronnen allemaal naar elkaar kijken... wint de grootste gemene deler. Die is zelden origineel. En al helemaal niet Vlaams.

**2** / Niets is voor altijd. Maar of het probleem van tijdelijke of structurele aard is, dat hebben we zelf in de hand. Vlamingen zijn al zo lang veel te bescheiden. We laten ons nog steeds te snel verblinden door wat van buitenaf komt. Wat meer zelfbewustzijn zal ons deugd doen. Misschien dat socia-

*“Een bestseller schrijf je niet alleen. Je moet hem ook willen verkopen.”*

le media die onzekerheid stilaan kunnen helpen keren. Het zal nodig zijn. Al was het maar om ook bij onze Noorderburen wat meer respect te scoren. Want voorlopig botsen onze Vlaamse romans - uitzonderingen daargelaten - nog al te vaak op het onzichtbare taalgordijn dat Vlaanderen scheidt van Nederland.

**3** / Mag er wat meer passie zijn? Passie bij de journalisten die best wat extra moeite zouden kunnen doen om meer Vlamingen te lezen en daar ook wat over te schrijven - ook al verkopen bekende namen beter. Passie bij de uitgeverij om eerder te investeren in schrijftalent dan in marktpotentieel. Passie bij de lezer die zijn iPhone wel eens vaker op vliegtuigstand zou mogen zetten om in een goed boek te verdwijnen (de virtual reality uit het pre-digitale tijdperk). Passie in het onderwijs, gekoppeld aan wat creativiteit. Want jongeren brengen geen passie voor literatuur bij door hen het ijzeren repertoire door de strot te willen rammen. Je maakt meer kans als je hen helpt ontdekken dat er voor iedere lezer wel een boek te vinden is, zelfs als Bart Moeyaert wat te hoog gegrepen is. En tot slot: passie bij de auteurs om hun boeken zelf onder de aandacht te brengen. Een bestseller schrijf je niet alleen. Je moet hem ook willen verkopen. ♥