

## het fenomeen

door Maarten Delsing foto Gerlinde de Geus

**Michael van Eekeren geeft debuutroman uit in eigen beheer****'Mijn boek moet goed worden gemarket'**

Uitgeven in eigen beheer is niets bijzonders. Een commanditaire vennootschap oprichten, professionals inhuren en tienduizenden euro's investeren in de marketing van je eigen boek wél.

Michael van Eekeren deed het voor zijn roman *Man*, die op 7 november verschijnt.

'Je treft me op een hectisch moment', verzucht Michael van Eekeren. 'Afgelopen vrijdag stelde mijn redacteur Pauline Kalkhove voor om het eerste hoofdstuk van *Man* te schrappen. Ik heb net met de drukker afgesproken op welke dag hij de definitieve pdf krijgt. Ik voer gesprekken met de inkopers van de grote jongens. En 7 november, de dag van verschijnen, komt razendsnel dichterbij.'

Langzaam komt de musicoloog en voormalig muziekjournalist van *de Volkskrant* erachter wat het is om een boek uit te geven in eigen beheer. Alles moet hij zelf regelen om van zijn roman over een man die al 388 dagen geen seks heeft gehad, een succes te maken. Het schrijven, het contact met vormgevers en drukkers, de verkoopgesprekken met de boekhandel. Voor iets anders heeft hij geen tijd meer. 'De afgelopen tijd ben ik weinig een vader en een echtgenoot geweest.'

Van Eekeren zit er niet mee. Hij heeft heel bewust gekozen om zijn debuutroman zelf uit te geven. Zijn hele ziel en zaligheid heeft hij in het project gestopt. Maar alle energie die het hem tot nu toe heeft gekost, lijkt hem alleen maar nieuwe energie te geven. Hij praat uitgebreid en gepassioneerd over ieder detail van het schrijfwerk en uitgeefproces – hoe-

veel stress het hem ook bezorgt.

'Toen Pauline zei dat het eerste hoofdstuk eruit moest, raakte ik in paniek', vertelt hij op een Amsterdams terras. 'Maar ik voelde dat ze gelijk had. Ik heb meteen gedaan wat ze adviseerde en ook de slotscène herschreven. En dus moet ik nog een keer de hele tekst controleren of alles klopt. Kennelijk word je steeds kritischer op je eigen tekst als het moment van verschijnen dichterbij komt.'

**Spaargeld**

Van Eekeren (1961) is geen doorsnee doehet-zelver. Veel schrijvers die werk in eigen beheer uitgeven, drukken een stapeltje en hopen dat de plaatselijke boekhandel de exemplaren ter consignatie wil neerleggen. Of zij wachten tot belangstellenden hun tekst vinden op een publishing-on-demandplatform als Lulu. Van Eekeren niet. Hij vindt dat het uitgeven van *Man* evenveel aandacht en zorg verdient als het schrijven van *Man*. 'Mijn vrouw en ik hebben ons spaargeld aangesproken zodat ik kon schrijven. Ik ben geen type om een roman in de avonduren te schrijven. Ik heb daarom al drie jaar geen inkomen meer. Dan wil ik niet dat een paar honderd mensen mijn boek lezen, daar doe ik het gewoon niet voor. Ik wil dat héél veel mensen het verhaal lezen dat ik wil vertellen. Dus moet het goed worden gemarket.'

Met zo'n instelling moet je wel je roman in eigen beheer uitgeven, ontdekte Van Eekeren al snel. Een uitgever heeft geen budget om een onbekende auteur in de markt te zetten, ook niet als die een commerciële *mass market*-roman heeft geschreven in de traditie van Kluun. 'Ik snap het ook wel. Betaalde reclame is duur. Dan zou ik ook liever mijn geld bewaren om een herdruk te kunnen betalen.'

In de praktijk moet een beginnend auteur ook vaak zijn eigen promotie verzorgen. 'Van Ronald Giphart begreep ik dat *Ik ook van jou*, zijn debuut, de eerste negen maanden niets deed. Met zijn uit-

**Michael van Eekeren**

1961	Geboren te Utrecht
1979	Studie Muziekwetenschap
1989-2002	werkzaam als muziekjournalist en muziekorganisator
2003	Fulltime auteur

gever bedacht hij gratis lezingen te gaan verzorgen op scholen. Hij ging niet bij de pakken neerzitten en daarom werd het alsnog wat.'

**Creativiteit**

Om de publicatie van *Man* te kunnen financieren, richtte Van Eekeren een commanditaire vennootschap op. Hoe hij erbij kwam weet hij niet meer – duidelijk was hem wel onmiddellijk dat de constructie bij hem paste. Een CV zou financiële ruimte opleveren, onafhankelijkheid en, niet onbelangrijk, had een belangrijke gimmickwaarde: alleen al de CV zou hem publiciteit opleveren. Toen hij eind augustus met de CV 'Strijd der seksen' naar buiten trad, was het zijn bedoeling om 105.000 euro binnen te halen. Waarschijnlijk wordt zijn budget lager: 60.000 à 65.000 euro. De helft gaat op aan de notaris, het reclamebureau, de *kick-off*, opmakers, redacteurs, drukkers en correctoren. De andere helft is voor marketing en reclame. Met deze plannen moet hij circa 15.000 boeken verkopen om *break even* te draaien.

Van Eekeren: 'De constructie heeft als voordeel dat het me dwingt het serieus aan te pakken. Ik ben dan wel onafhankelijk, maar ik heb ook te maken met investeerders die kritisch kijken naar wat ik aan het doen ben. Ik kan er geen potje van maken. Ik moest een bedrijfsplan opstellen. Had ik nog nooit gedaan. En ik moest me serieus verdiepen in het vak.'

Om het boekenvak snel te leren kennen, sprak hij zijn netwerk aan. Hij praatte met Suzanne Holtzer (De Bezige Bij) die hij via via kende. Hij zocht nog voor hij het boek af had – al dan niet per mail –



Michael van Eekeren: 'Een tikje meer creativiteit kan het vak wel gebruiken'

contact met uitgevers van auteurs met wie hij zich verwant voelt: Oscar van Gelderen (Rothschild & Bach) en Joost Nijsen (Podium). Hij abonneerde zich op *Boekblad*.

En opnieuw werd Van Eekeren bevestigd in zijn beslissing als schrijver de touwtjes in eigen hand te nemen. De boekenwereld is een vriendelijke, integere wereld – dat is het probleem niet. Maar een tikje meer creativiteit kan het vak wel gebruiken. 'Uitgeverijen hebben vaak een standaardtrucje voor ieder nieuw boek: een persbericht en een telefoontje naar een bevriende journalist. Maar ja, er zijn ook zoveel boeken. Uitgevers moeten hun aandacht te veel verdelen.' Toen hij op Eerste Drukke/Vers voor de Pers *Man* promoveerde met abri en een ingehuurd 'zakenbunny' proefde hij kritiek. 'Toen zij naar boven liep, van waar de literaire uitgeverijen op de commerciële neerkijken, werd zij daarop aangevallen. Maar het verandert wel, hoor. Aan bijvoorbeeld boektrailers kun je zien dat het vak nieuwe middelen uitprobeert.'

Ook zelf met inkopers praten heeft voordelen. Een vertegenwoordiger zou nooit

met hetzelfde enthousiasme over *Man* kunnen praten als de auteur. 'Een uitgever komt met tien boeken, allemaal even geniaal, en de inkoper denkt alleen maar: welke vijf neem ik niet. Voor hen is het prettig om over één boek te praten.' Jammer alleen dat het omslag al vast stond. 'De volgende keer neem ik een paar concepten mee.'

#### Lef

Je eigen boek uitgeven is niet voor iedereen geschikt, ontdekte Van Eekeren. 'Thomas Rosenboom zie ik het niet doen.' Zelf vindt hij het heerlijk om als een spin in het web de regie over het project te voeren. Maar dat moet je liggen. 'Ik weet dat als ik met anderen samenwerk ik ook van hen het hoogste eis. Dan kan het stont worden. En door het Festival Nieuwe Spirituele Muziek, waar ik in 1999 mijn passie in stopte,

heb ik het zelfvertrouwen dat ik iets van de grond kan krijgen.'

Voor iedere klus huurde hij professionals in die hij veelal via via leerde kennen – een redacteur, een corrector ('een klassieke, die nog met pen werkt'), een opmaker, een pr-bureau. Meest in het oog springend is de medewerking van communicatiedeskundige Kay van de Linde, bekend van zijn politieke campagnes. 'Kay vond het meteen leuk. Hij houdt van anti-establishmentplannen. En hij zag meteen dat de CV een apart verhaal is.'

Maar als regisseur moet Van Eekeren het lef hebben om goede adviezen van professionals toch in de wind te slaan. Een eigen-beheeruitgever moet sterk in zijn schoenen staan. 'Ik had de vormgever van het reclamebureau, die nu bij Total Identity zit, gevraagd voor de cover. Waar de vormgever mee kwam, sloot niet aan bij wat ik wilde. Mijn machosensualiteit zag ik niet terug. Ik zat er verschrikkelijk mee in mijn maag. Toen vroeg ik stiekem Lonne Wennekendonk ook iets te maken. Dat was meteen raak.'

Nog een voorbeeld. 'Kay wilde dat ik deed alsof het verhaal over de man die geen seks met zijn vrouw meer heeft, autobiografisch is.' Vanuit marketingoogpunt een goed advies, erkent Van Eekeren. 'Maar dat wilde ik niet. Mijn boek is geen aanklacht tegen mijn vrouw of tegen vrouwen in het algemeen. Ik houd verschrikkelijk veel van mijn vrouw en zij heeft net zo veel voor dit boek opgeofferd als ik.'

**Verkennis**  
assurantie- & pensioenadvies b.v.

\* De verzekeringsspecialist voor uw Boekhandel

\* Speciale arrangementen voor NBB leden

Postbus 82070 2508 EB Den Haag Tel. 070-3654652 fax 070-3630579