

Tijdschriften die boeken uitgeven

14-02-2023 11:00



Het uitgeven van boeken is steeds aantrekkelijker voor tijdschriften en journalistieke merken. De uitgaves zijn vaak succesvol en eindigen hoog in de bestsellerlijsten. Hoe komt dat? Waarom kiezen tijdschriften ervoor om een verhaal in een boek uit te geven en wat is het voordeel daarvan ten opzichte van artikelen?

Op de tafels van boekwinkels en in de bestsellerlijsten verwerven ze steeds vaker een belangrijke plek: boeken die zijn uitgegeven door tijdschriften, journalistieke merken en platforms als De Correspondent en Follow The Money. Media die eerder meer van de kortere adem waren – een longread uitgezonderd – zien brood in boeken, in het uitdiepen van onderwerpen die volgens hen meer verdienen dan een zes-paginaverhaal.

Vrij Nederland

Vrij Nederland, dat sinds haar ontstaan in 1940 al meer dan 125 boeken uitgaf, besloot dit twee jaar geleden weer te gaan doen. Hoofdredacteur Ward Wijndelts constateerde dat redacteurs vaak boeken gingen schrijven die gebaseerd waren op verhalen die ze eerder voor *Vrij Nederland* schreven. Die gaven ze uit buiten WPG, de uitgever van *Vrij Nederland*. Waarom doen we dat niet zelf? vroeg hij zich af.

Vrij Nederland nu weer vier boektitels uitgegeven: *Kies toch niet steeds de kant van de macht* van Kim van Keken en Dieuwertje Kuijpers, *Van Armoede – reportages over het leven in de schaduw van de welvaart* van Jonah Falke, *Agendahedonisme* van Tom Grosfeld en *Miljardairs onder de guillotine* van Sjors Roeters. De boeken zijn in print, als luisterboek en als e-book verkrijgbaar.

Follow the Money

Afgelopen jaar volgde Follow the Money (FTM), een online platform voor onderzoeksjournalistiek, dat

voorbeeld. FTM gaf tot nu toe drie boeken uit, waarvan er twee meteen in de bestsellerlijsten belandden. *Blauwe Fabel* van Ties Joosten, over de actuele problematiek rondom Schiphol en KLM kwam precies op het goede moment en werd een succes. Van *Sywerts Miljoenen – de jacht op het mondkapjesgoud*, over de omstreden mondkapjesdeal, werden deze zomer de filmrechten verkocht. Geen slechte start voor een beginner op boekenuitgeefgebied.

De Correspondent

Het online journalistieke platform De Correspondent heeft al bijna tien jaar in de gaten dat boeken uitgeven geen slecht idee is. Tot nu toe verscheen elke titel die zij uitbrachten in de bestsellerlijst. Meest bekend is het boek *De meeste mensen deugen* van Rutger Bregman, waarvan inmiddels bijna 570.000 exemplaren zijn verkocht. De vertalingen van het boek werden bovendien in 42 landen verkocht.

Bregman klopte in 2014 als eerste bij De Correspondent aan, met het idee zijn artikelen verder uit te werken in boekvorm. “Dat vonden wij een interessant voorstel,” vertelt Milou Klein Lankhorst, uitgever van De Correspondent. “Helemaal als een verrassing kwam het niet. Al sinds het ontstaan van De Correspondent in 2013 dachten we na over mogelijkheden om boeken uit te gaan brengen. Dat zijn we een jaar later gaan doen, maar op een andere manier dan die van de ‘klassieke’ uitgevers. We geven vier tot zes boeken per jaar uit, zodat we alle tijd en aandacht kunnen besteden aan de begeleiding, redactie, vormgeving, campagnes en promotie. Bij de promotie roepen we niet zozeer ‘hier is ons boek’, maar benadrukken we de boodschap: iedereen moet dit weten. En dat werkt.”

De aanpak resulteerde in een glansrijke start. Het boek *Gratis geld voor iedereen – Hoe utopische ideeën de wereld veranderen* van Rutger Bregman werd meteen een internationale bestseller. Alle titels die De Correspondent vervolgens uitgaf, kregen een plek in de bestsellerlijst. In totaal zijn de rechten 95 keer verkocht.

Begeleidingsteam

Aanvankelijk begeleidt Klein Lankhorst, die een achtergrond in het boekenvak heeft, het uitgeefproces helemaal zelf. Inmiddels werkt zij met een team van vijf collega's. Eerdaags komt daar een zesde bij. “Daarnaast werken we nauw samen met onze hoofdredactie en een vaste groep freelancers. Zo kunnen we een beroep doen op een productbegeleider, een ontwerper, een boekenredacteur en hebben we een vaste samenwerking met Janklow & Nesbit, een Brits en Amerikaans agentschap voor de film- en vertaalrechten.”



Boeken passen volgens Klein Lankhorst goed bij De Correspondent omdat ze de mogelijkheid bieden onderwerpen meer ruimte te geven dan de paar duizend woorden die een artikel telt. “De schrijvers van De Correspondent zijn dagelijks bezig met het onderzoeken en uitdiepen van thema’s die context bieden bij het nieuws van elke dag. Een veelgebruikte metafoor hier: ‘wij geven geen weerbericht, maar schrijven over klimaatverandering’. Toen het nog niet zo vaak over klimaatverandering ging in kranten en nieuws, was een van onze correspondenten daar al mee bezig. Hij had er veel en diepgaand onderzoek naar gedaan, waardoor zijn boek daarover precies op het moment uitkwamen dat mensen er meer over wilden weten,” legt Klein Lankhorst uit. “We brengen met onze onderwerpen vaak het publieke debat op gang. En omdat het niet om een artikel maar om een boek gaat, pikken andere media het ook op.”

Het publieke debat op gang brengen.

Het onlangs verschenen boek *Sander en de brug* van Sander Schimmelpenninck, over de ongelijkheid in Nederland, staat momenteel op nummer twee in de Bestseller top 60 en vergaarde veel publiciteit. “Het is een dunner boek, een pamflet, dat behoort tot onze nieuwe boekenlijn de Vonkjes. In deze boekjes gaat het om urgente onderwerpen die het vuur aanwakkeren, het maatschappelijke debat op gang brengen. We hebben *Sander en de brug* gekoppeld aan een theatertour die meteen was uitverkocht. Het leidde tot scherpe discussies. Sander heeft zijn boek ook overhandigd aan minister Kaag van Financiën en staatssecretaris Marnix van Rij,” vertelt Klein Lankhorst

Ik werk al

De Correspondent is van plan vaker op deze manier maatschappelijke discussies op gang te brengen. Voor dit jaar staan nog twee Vonkjes op stapel. Een ervan is het boek *Ik werk al (ik krijg er alleen niet voor betaald)* van Lynn Berger, dat eind februari verschijnt. Daarin wordt de strijd tussen betaald en onbetaald werk behandeld. “Ook aan het boek van Lynn Berger zullen we waarschijnlijk een politiek moment koppelen. We gaan boeken vaker combineren met evenementen om zo het publieke debat aan te wakkeren.”

Klein Lankhorst beschouwt journalistiek platform Follow the Money, die vergelijkbare, spraakmakende boeken uitgeeft, niet als concurrent. Integendeel. “We spreken regelmatig met het team van Follow the Money af om bij te praten over het vak en over hoe we het uitgeven aanpakken. We hebben allemaal een missie en daarin trekken we samen op.”

New Scientist

Ook Jim Jansen, uitgever en hoofdredacteur van *New Scientist*, heeft een missie, maar op een andere manier. Een die gestoeld is op een lange traditie en op zijn drang lezers wat wijzer te maken met populair wetenschappelijke boeken.

Psychofarmaca. Hersenen onder invloed. Bloed. Van magie tot wetenschap. Het zijn geen nieuwe Netflix-series, maar titels uit de serie Wetenschappelijke Bibliotheek Natuur en Techniek. Ze verschenen in de jaren negentig, maar zijn in de antiquarische wereld nog volop te vinden. Het tijdschrift *Natuur en Techniek*, dat in 1932 is opgericht, begon dertig jaar geleden met het uitgeven van de Wetenschappelijke Bibliotheek.

Wetenschappelijke materie op een toegankelijke manier uitleggen

New Scientist, zoals het populair wetenschappelijke tijdschrift tegenwoordig heet, koestert die geschiedenis en zet hem op eigentijdse wijze voort. Toen Jim Jansen acht jaar geleden aantrad als uitgever, voegde hij meteen twee nieuwe boekenseries aan het portfolio toe: Pocket Science en het vakantieboek Young Scientist. “Met George van Hal, wetenschapsredacteur van *de Volkskrant*, wisselde ik van gedachten over hoe je ingewikkelde, wetenschappelijke materie op een toegankelijke manier aan lezers kunt uitleggen. We dachten aan iets als Very Short Introductions, een boekenreeks van de Oxford University Press. Zo ontstond de serie Pocket Science.”

Inmiddels zijn 19 delen verschenen zoals *Kweekvlees, fakevlees en pizza's uit de printer, Sociale Robotica en DNA-bewerking, Gat en in het Heelal*, en *Spookdeeltjes*. Dit voorjaar ligt nummer 20 in de boekwinkel. Het zijn handzame pockets, die vaak niet meer dan een tientje kosten en pakkend geschreven zijn door wetenschapsjournalisten als Govert Schilling, Dorine Schenk, Martijn van Calmthout en Ans Hekkenberg

De Young Scientist-reeks, vakantieboeken voor kinderen van 8 tot 12 jaar, bedacht Jansen samen met zijn dochter. “We maakten een proefboek dat het meteen goed deed. Sindsdien verschijnt elk jaar een titel. Inmiddels is er ook een Young Scientist-kalender aan toegevoegd. Recentelijk hebben we de serie verder uitgebreid met het kinderboek *Hoe vang je een kangoeroe?* Daarin staan honderd weetjes over dieren.” Naast de twee series geeft *New Scientist* ook losse, al dan niet vertaalde, populair-wetenschappelijke boeken uit.

Heel anders dan het maken van een tijdschrift, maar dankbaar om te doen

Jansen blijft boeken publiceren, zoals dat al dertig jaar door zijn voorgangers werd gedaan. Als auteur van verschillende titels zoals *Zwemmersgeluk, Eureka!* en het dit jaar verschenen *Mavoklanten*, heeft hij een zwak voor het papieren boek. “Het is iets van de lange adem, echt ambachtelijk werk. Heel anders dan het maken van een tijdschrift, maar dankbaar om te doen. Ik besepte dat het een lastige nichemarkt was, maar het leek me zeker niet onmogelijk.”

Hij werkt nauw samen met boekenredacteur Fenna van der Grient en sales manager Alex Sieval. “Samen bepalen we wat geschikt is om te publiceren en wat niet. We gaan daarbij op ons onderbuikgevoel af en houden rekening met de urgentie. Soms heb je het mis. Van het boek *Stephen Hawking – een verhaal over vriendschap en zwarte gaten* van Leonard Mlodinow – toch een bekende naam – had ik bijvoorbeeld hoge

verwachtingen, maar het is niet goed verkocht. *Tussen twee oneindigheden* van de Italiaan Gianfranco Bertone werd wel weer een succes. Hij kreeg een goede recensie in de *Volkscrant* en dat had zijn uitwerking. Ook de wiskundeboekjes en het *Ruimteboek* verkopen goed.”



Gemiddeld worden per titel 1000 á 2000 exemplaren verkocht. Geen duizelingwekkende aantallen, maar Jansen geeft de boeken niet uit om er rijk van te worden. “Er zitten titels tussen waarvan we een vijfde druk van uitgeven. Tegelijkertijd ben ik soms al blij als we break-even draaien. Ik geef ze vooral uit omdat het leuk en belangrijk vind om te doen. Ik zie mezelf als een verhalenverteller over wetenschap. Deze boeken maken mensen wijzer of geven ideeën om de wereld te veranderen. Er is behoefte aan, ook al is het een nichemarkt. Ik beschouw ze als een onderdeel van ons portfolio, zoals ook events, specials, podcasts en video’s dat zijn. Natuurlijk hoop ik dat mensen door het tijdschrift ook geïnteresseerd raken in onze boeken of andersom. Al met al hebben onze titels het afgelopen jaar goed gedaan.”