



UvA-DARE (Digital Academic Repository)

Boek zoekt lezer: reclame uit de boekenwereld vanaf de 17de eeuw

Kool, N.; Lommen, M.; Stijlsiger, S.; Mammen, J.; van der Hoek, K.

Publication date
2008

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Kool, N., Lommen, M., Stijlsiger, S., Mammen, J., & van der Hoek, K. (2008). *Boek zoekt lezer: reclame uit de boekenwereld vanaf de 17de eeuw*. Bijzondere Collecties. http://bc.uba.uva.nl/bc_tentoonstellingen/archief.cfm/F5510466-DCF1-45AF-97D06610BB2728F4

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

BOEK **ZOEKT** LEZER

*Reclame
uit de boeken-
wereld vanaf
de 17de eeuw*

6 maart – 1 juni 2008

vacantie/tijd om te lezen



HOLLANDSCHE REVUE



PER f 7.50 : VINCENT LOOSJES
UITGEVER HAARLEM



BIJZONDERE
COLLECTIES

Geef een boek



:

Boek zoekt lezer

Reclame uit de boekenwereld vanaf de 17de eeuw

Deze tentoonstelling gaat over verleiding en over boekengekte. In het afgelopen jaar werden in Nederland 45 miljoen boeken verkocht. Hoe werd deze gigantische afzet ooit mogelijk? Wat doen uitgevers om die duizenden titels aan de man te brengen? En is er nog een toekomst voor het gedrukte boek?

Al sinds de zeventiende eeuw probeert de boekhandel op velerlei manieren de aandacht van het publiek te trekken. Met advertenties, affiches en mooie bandjes bijvoorbeeld. Daarnaast is er de collectieve propaganda, met de Boekenweek als hoogtepunt. De laatste decennia creëerde ook de televisie menige bestseller. Al deze facetten van reclame voor het boek komen hier aan bod.

De aanleiding voor deze expositie is het feit dat de collectie van de Stichting Bibliotheek van het Boeken- vak vijftig jaar geleden bij de Bijzondere Collecties in bruikleen werd gegeven.

1:

Drukken met lood

1a: Houten drukpers. Eerste helft negentiende eeuw. Naast grote houten handpersen werden er ook kleinere persjes gebruikt, met name voor handelsdrukkerij. Ze volgden in bouw dezelfde principes als hun grote broers. Dit exemplaar moet gezien de slijtage aan de bewegende delen vele honderduizenden drukgangen doorstaan hebben.

1b: Verstelbare, houten zethaak, met zetsel. Negentiende eeuw. In dit instrument plaatste de handzetter de afzonderlijke loden letters naast elkaar en vormde zo woorden en regels. De gewenste zetsbreedte kon ingesteld worden.

Gutenbergs uitvinding van de boekdrukkunst, omstreeks 1450, hield héél lang stand. Er kwam dan rond 1800 wel een ijzeren handpers in plaats van een houten, maar buiten dat veranderde er eeuwenlang niet veel in het zetten en drukken van boeken. Tot in het midden van de negentiende eeuw werkten er in Nederlandse drukkerijen nog houten drukpersen, en moest tekst met losse loden letters uit de hand worden gezet.

Mechanisatie in de drukkerij

2a: Zetterij met drukkerij. [Wuppertal-Barmen], Berger & Wirth, [ca. 1925]. Deze litho toont vijf eeuwen grafische techniek. Rechts, aan de houten letterkast, zet een handzetter tekst uit losse loden letters, net als Gutenberg deed rond 1450. Links staat een zetmachine, die eind negentiende eeuw het zetten mechaniseerde. Het gieten en zetten van de loden letters gebeurde door het intikken van de kopij. Na gebruik hoefden de letters niet in de kasten teruggelegd te worden (het zogenaamde ‘distribueren’), maar konden ze worden omgesmolten. De grote pers is een boekdruksnelpers, algemeen gebruikt vanaf het midden van de negentiende eeuw. Hiermee kon een aanzienlijk hogere productie bereikt worden dan met een handpers.

De productie van boeken was eeuwenlang een arbeidsintensieve en kostbare aangelegenheid, ook na de uitvinding van de boekdrukkunst. Alleen al het papier (van lompen) was duur. Het boek bleef een uitgesproken luxeproduct, alleen betaalbaar voor een elite. Maar mechanisatie en innovatie in de papierfabricage, het zetten en drukken, de boekillustratie en het binden brachten de prijs naar beneden. Zo kwam het boek in de tweede helft van de negentiende eeuw onder bereik van een almaar groeiend lezerspubliek. De offset — die voortkwam uit de steendruk — en het fotografisch zetten maakten na 1950 langzaam een einde aan de grafische technieken van Gutenberg. Van de digitalisering in de jaren negentig profiteerde vooral het beeldboek. Dat kon nu goedkoper geproduceerd worden en de omzet ervan ‘boomde’. Full colour werd de norm.

2:

Mechanisatie in de drukkerij

2b: Papierbereitung. [Leipzig, F.E. Wachsmuth, ca. 1895]. Kleuren-litho uit de serie *Technologische Wandtafeln*; toelichting in: Max Eschner, *Erläuterungen zu des Verfassers technologischen Tafeln*. Heft 2. Leipzig, F.E. Wachsmuth, 1896. 2. Aufl. Deze Duitse schoolplaat illustreert het proces van het machinale papier maken, beginnend rechtsboven en dan tegen de klok in. In balen ligt de grondstof opgestapeld: oud papier en lompen. Links daarvan, in de bolvormige ketel (A), worden de lompen gereinigd. Door de maal-

stenen in de zogenaamde 'kollergang' (B) wordt oud papier opgelost. De 'Hollander' (C) heeft tot doel de vezels zo te bewerken dat deze een goede en sterke papierbaan vormen. De feitelijke papiermachine, aangedreven door stoom, is te zien op het onderste deel van de plaat. In deze machine wordt het papierblad gevormd, vervolgens wordt het water eruit geperst en de massa gedroogd en gladgestreken.

Detail van 2a:



Bender & Wirth



3:

Boekhandel en -productie vóór 1830

3a-d: 'Onkosten- en auctieboek', 1711–1744. Open-
geslagen op de folio's met de productiekosten van
P. van Musschenbroeks *Beginsels der natuurkunde*
(1739) voor zowel de Nederlandse als Franse uitgave.
Met drie exemplaren van de betreffende uitgave.

3e: Peter Deckers, portret van
Samuel Luchtmans. Cöln,
J.C. Baum, [1856?]. Steengravure
voorstellende Samuel Lucht-
mans I, uitgever te Leiden.
Eronder in medaillons portretten
van Samuel Luchtmans II en,
vermoedelijk, Johannes en Samuel
Luchtmans III. Met facsimile's van
handtekeningen van leden van de
familie Luchtmans.

Het archief van de Leidse firma Luchtmans (1683–1848) is een van de twee vrijwel complete boekhandelsarchieven uit de achttiende eeuw die in Nederland bewaard gebleven zijn. Het andere is dat van het Haarlemse bedrijf Johan Enschedé, de drukker van onze bankbiljetten. Het Luchtmansarchief vormt een unieke bron voor boekhistorisch onderzoek. Het omvat onder meer klantenboeken, waarin de verkopen aan particulieren werden opgetekend, en boekverkopersgrootboeken, waarin de transacties met collega's werden vastgelegd. Daarnaast zijn er de zogenoemde 'Onkosten- en auctieboeken'. Hierin vindt men – naast de aankopen op boekenveilingen – gegevens over oplages en productiekosten van het boek in de handpersperiode.

4:

‘Om in de winkel op te hangen’

4a: *De Wilsons en de boeven*, 1906. Druk: J.A. Luij & Co.

4b: *Lucifer*, 1922. Ontwerp: vermoedelijk Henri Jonas.

4c: *Wereld-tentoonstelling te Parijs*, ca. 1880. Druk: Emrik & Binger.

4d: *De Hollandsche Revue*, ca. 1910. Ontwerp: P.M. van Walcheren?

4e: *Vaderlandsch A-B Boek*, 1871. Druk: Emrik & Binger.

4f: *Uit mijn jongenstijd*, ca. 1900. Druk: Geb. Braakensiek.

4g: *St. Nicolaas*, 1861. Druk: J.H. van de Weijer.

4h: *Jan Wolkers*, 2007. Foto: Steye Raviez.

4i: *Aurora*, 1841. Druk: H.P. de Swart en Zoon.

4j: *Manus Peet*, 1922. Ontwerp: Jan Sluijters.

4k: *Stanley's groot boek*, ca. 1892. Druk illustratie: Bogaerts.

In de collectie boekhistorie bevinden zich ruim 3500 boekhandelsaffiches, merendeels uit de periode 1840 tot heden. Aanvankelijk waren dat letteraffiches, in één kleur in hoogdruk gedrukt met soms een lijn-illustratie. De drukker verzorgde zelf de vormgeving. Het kleurenaffiche werd pas in het laatste kwart van de negentiende eeuw algemeen, toen de kleurenlithografie bredere toepassing vond. Een toonaangevend steendrukker in die periode was de Amsterdamse firma Senefelder (v.h. Amand). Daar werden onder meer de illustratieve boekhandelsaffiches van bekende kunstenaars als Johann Georg van Caspel en Jan Sluijters uitgevoerd. De raambiljetten waarmee uitgeverijen nu nieuwe titels onder de aandacht brengen, zijn kleiner van formaat en tonen steeds vaker een schrijversfoto. Veel exemplaren in de Bijzondere Collecties hebben echt dienst gedaan: dat bewijzen punaise gaatjes en plakbandresten.

Beeldbank: <http://dpc.uba.uva.nl/affiches>



Boek zoekt lezer

4l: *Rintje is zoek*, 2005. Illustratie: Sieb Posthuma.

4m: *Geïllustreerd weekblad Astra*, 1902. Ontwerp: Alfred d'Osselets.

4n: *De Hollandsche Revue*, 1899. Ontwerp: Johann Georg van Caspel.

4o: *De negerhut*, ca. 1892. Druk: Bogaerts.

4p: *Volledige romantische werken*, ca. 1888. Druk: Emrik & Binger.

4q: *Nederlanders in de binnenlanden van Java*, ca. 1890. Druk: Amand.

Detail van 4n:

4r: *Polichinel*, 1848. Druk: Giunta d'Albani.

4s: *Villa Rhenana*, ca. 1875. Druk illustratie: Emrik & Binger.

4t: *Goedkoopst en meest practisch dames-mode-tijdschrift*, ca. 1890. Druk: S. Lankhout & Co.

4u: *Penguin en Pelican books*, ca. 1965. Ontwerp: Martin Visser.

4v: *Beschrijving en keurboek van honden*, 1876. Druk: Amand.

4w: *Kinder-courant*, ca. 1860. Druk: H.L. Smits.

4x: *Wij willen meer Beertjes*, ca. 1968. Ontwerp: Dick Bruna.

4y: *Kinderverhalen*, 1966. Foto: Eddy Posthuma de Boer.

4z: *Jan Klaassen*, 1903. Ontwerp: Bernard Willem Wierink.

De schrijver in beeld

5a: César Mitkiewicz, portret van Multatuli.

Bruxelles, 1864. Collectie Multatuli Genootschap.

Multatuli (pseudoniem van Eduard Douwes Dekker, 1820–1887) voorzag dit portret eigenhandig van een citaat uit zijn *Ideën*. Hij dacht met portretten — foto's en daarnaar gemaakte litho's — geld te kunnen verdienen. Dat viel echter tegen.

5b: Theodoor Matham, *loost vande Vondel*. [Amsterdam], C. Dankertz, [17e eeuw]. 3e staat. Door Matham gegraveerd naar Joachim von Sandrart. Als frontispice opgenomen in: Joost van den Vondel, *Koning Davids harpzangen*. Amsterdam, weduwe van Gysbert de Groot, 1696.

5c: Portret in goudstempeling van Truitje Bosboom-Toussaint op: A.L.G. Bosboom-Toussaint, *Eene kroon voor Karel den Stouten*. Rotterdam, Bolle, [1899].

Het schrijversportret kent een lange geschiedenis. Aanvankelijk werd dat, meer of minder gelijkend, gegraveerd of geëtst, later gelithografeerd. Het was in het boek doorgaans te vinden tegenover het titelblad. Na de uitvinding van de ‘realistische’ fotografie verschenen in de tweede helft van de negentiende eeuw ingeplakte schrijversfoto’s in boeken. Het duurde even voordat foto’s makkelijk met de tekst, in een raster, meegedrukt konden worden. Een bekende fotoreeks is het Schrijversprentenboek, dat nu al vijftig jaar bestaat. In de twintigste eeuw kwam de auteur vooral door de televisie steeds prominenter in beeld. En inmiddels is de schrijversfoto een vertrouwd element in de boekhandel, op omslagen en affiches. Jong en aantrekkelijk blijkt ook in de uitgeverijwereld een factor van betekenis.

De schrijver in beeld

5d-e: Portretten door Fritz Karbasch van de auteurs Hanny Michaelis en Willem Frederik Hermans. Amsterdam, 1946. Deze foto's, gesignd door fotograaf en auteur, werden vermoedelijk in opdracht van uitgeverij Meulenhoff voor pr-doeleinden gemaakt. Archief Uitgeverij J.M. Meulenhoff.

5f: [Helmut Salden?], affiche met Menno ter Braak. Amsterdam, Van Oorscot, [ca. 1949], voor: Menno ter Braak, *Verzameld werk*, 1949-1951. Vermoedelijk ook gekalligrafeerd door Salden, die de vormgeving van dit *Verzameld werk* verzorgde.

5g: Omslagfoto van Paul Huf voor: *Vijf Stigers: een bloemlezing uit het werk van Remco Campert, Jan Elburg, Gerrit Kouwenaar, Lucebert, Bert Schierbeek* / met een inleiding van: Gerrit Kouwenaar. Amsterdam, De Bezige Bij, [1954].

5h: Omslagfoto van Eddy Postuma de Boer voor: Gerard Reve, *Op weg naar het einde*. Amsterdam, Van Oorscot, [1977]. Herdruk; 1e dr. 1963 (Stoa). Het portret op het omslag blijkt tekst overbodig te maken.

5i: 'Geheel gefotoshopt' portret van schrijfster Heleen van Royen op de eenmalige glossy: *Heleen*. Amsterdam, Dutch Media Uitgevers, [november 2007]. In *NRC.next* van 15 november 2007 was te lezen: 'De huisvrouw/stoeipoes lanceerde afgelopen maandag haar lijfblad, met optredens van gigolo's en man Ton van Royen, en kreeg zo voldoende aandacht in de media.'

5j: Voorgesigeneerde auteursfoto voor de jonge fans van schrijfster Niki Smit, [ca. 2007]. Van Smit verschijnen sinds 2005 populaire meisjesboeken, waarvan de titels telkens beginnen met '100%'.

6:

Figuren van karton

6a: Display van de stripfiguur Olivier B. Bommel, voor: Marten Toonder, *Met uw welnemen*. Amsterdam, De Bezige Bij, 1973.

6b: Gouden taxi. Display voor de Gouden Boekjes. Deze felgekleurde prentenboekjes van Amerikaanse origine verschenen vanaf 1953 op de Nederlandse markt. Ze werden bewerkt door Han G. Hoekstra en Annie M.G. Schmidt.

Een van de grotere displays in de boekenbranche moet deze van stripfiguur Olivier B. Bommel uit 1973 zijn geweest (155 cm). Bekender nog bleef die van F. Springer ten voeten uit. Deze levensgrote kartonnen foto verspreidde zijn uitgever Querido in 1990 toen Springers novelle *Sterremeer* het boekenweekgeschenk was. En de auteur dus tien dagen in het middelpunt van de mediabelangstelling stond. Querido maakte later met dit soort displays onder meer reclame voor het werk van Annie M.G. Schmidt. Deze kartonnen figuren zijn niet goedkoop om te produceren en er verschijnen jaarlijks maar enkele in de boekhandel. Ze lijken de laatste tijd wel populairder te worden. Vóór verzending peilt een uitgever meestal eerst of er bij een boekhandelaar serieuze interesse voor bestaat.

7:

Boekhandelscatalogi

7a: *De boekenier*. Blad voor insiders in boekhandel en bibliotheek. Den Haag, Van Goor Zonen, [ca. 1963].

7b: *Prismagids*. Utrecht, Het Spectrum, [ca. 1965].

7c: *De ploeg*. Geïllustreerd maandblad van de Wereld-Bibliotheek. Amsterdam, Maatschappij voor Goede en Goedkope Lectuur, 1908-1930. Een van de eerste tijdschriften waarmee uitgevers klanten wilden binden.

7d: *Het vliegende paard*. Huisorgaan van uitgeverij en boekhandel Pegasus. Amsterdam, Pegasus, 1954-1969.

Bijzondere Collecties

Om de aandacht op hun waar te vestigen, hebben uitgevers en boekverkopers verschillende middelen gebruikt. De oudste vorm is de magazijncatalogus, waarin naast eigen uitgaven ook uitgaven van collega's werden genoemd. Later werden fondscatalogi of aanbiedingslijsten verspreid, waarin uitsluitend eigen uitgaven stonden vermeld. Ook werden soms lijstjes met eigen titels achter in een boek opgenomen, de stocklijsten. Waren catalogi vooral bestemd voor de collega's, met stocklijsten richtte men zich op de particulier. In de twintigste eeuw deed een nieuw reclamemiddel zijn intrede: tijdschriftjes waarin uitgevers naast een opgave van verkrijgbare titels ook besprekingen van verschenen boeken en artikelen over hun auteurs opnamen. Een variant hierop waren jaarboeken met selecties van nieuw verschenen titels, namelijk die van de in die jaarboeken adverterende uitgevers.

Boekhandelscatalogi

7e: *Librorum index, in omni disciplinarum genere, quos Guil. Morelius è sua officina suppeditare studiosis possit: Primum quos ille typus cudit: deinde quos aliunde aduehentos curauit.* [Parijs, Morelius, 1560]. Voor zover bekend een van de oudste fondscatalogi ter wereld.

7f: *Catalogus cujuscunque facultatis & linguae librorum, abhinc 2 a 3 annorum spatio in Germania, Gallia, & Belgico, &c. novissime impressorum. Singulis semestribus continuandis.* Amsterdam, Janssonius van Waesberge, 1676-1706. Deze reeks magazijn-catalogi was tevens een bibliografie van in Duitsland en elders verschenen boeken. De catalogus is opengeslagen bij het voorwoord van de uitgever.

7g: Abraham a Sancta Clara (1644-1709), *Sterven en erven, zynde een schoone voorbereiding tot de dood. Of om den hemel te beërven, hoort de konst, om wel te sterven*. Amsterdam, Arendt van Huyssteen en Steeve van Esveldt, 1740. Het boekje is opengeslagen bij de stocklijst.

7h: *Het boek in 1900*. Amsterdam, Schröder, 1900. Een van de eerste jaarboeken die in Nederland verschenen. De uitgave werd al spoedig overgenomen door J.M. Meulenhoff, die het ook als *Jaarboek voor den boekhandel* uitgaf.

7i: *Het Nederlandsche boek*. Amsterdam, Nederlandsche Uitgeversbond, 1924-1940.

Boekhandelstasjes en -pakpapier

8a: Bij boekhandel H. de Vries in Haarlem worden de mogelijkheden van pakpapier ten volle benut. De ene kant toont het logo van de firma, de andere is feestelijk gekleurd. Is het gekochte boek bedoeld als cadeau, dan wordt het ingepakt met de kleurige zijde van het pakpapier naar buiten. Betreft het een aankoop voor eigen gebruik, dan wordt het boek met het logo aan de buitenkant ingepakt. Sommige boekverkopers weten door kunstig vouwwerk bij een cadeauperpakking toch het logo te laten zien, en ook het omgekeerde is mogelijk.

De draagtas vindt zijn oorsprong in de papieren zak, die in het midden van de negentiende populair werd om meel, suiker, koffie enzovoorts in te verpakken. In de jaren twintig van de vorige eeuw transformeerde de papieren zak tot draagtas. Die bood ook de mogelijkheid tot bedrukken – bijvoorbeeld met de naam van de boekwinkel. De klant kon zich ermee onderscheiden (het Athenaeum-tasje) en werd meteen een wandelend reclamebord. De draagtas, nu meestal van kunststof, wordt door de grotere boekhandels net als het pakpapier vormgegeven in de huisstijl.

8b: Draagtasjes zijn er in vele soorten en maten. Hier een selectie, met de boekenrugzak van Donner Boeken te Rotterdam, plastic en linnen tasjes van onder meer de Amsterdamse boekhan-

dels Athenaeum, Premssela, Scheltema & Holkema en – helaas niet meer bestaand – Allert de Lange, en een eenvoudig papieren tasje van boekhandel Het Martyrium.

Gesigneerd en met opdracht

9a-c: Signeersessies bij Boekhandel Van der Plas in Amsterdam-Noord, v.l.n.r.: de schrijver Jan Donkers signeert *Reizen maakt rijk*, Boekenweek 1991; Johnny van Doorn, ook bekend als Johnny the Selfkicker, signeert *Door de weken heen*, Boekenweek 1988; bestsellerauteur Appie Baantjer signeert *De Cock en danse macabre*, mei 1991.

9d: Cartoon van Peter van Straaten, in: *Peter van Straaten Gouden ganzenveer 2006* / [red.: Maarten Delsing]. Amsterdam, Stichting De Gouden Ganzenveer, 2006.

Een gesigneerd of van een opdracht voorzien boek is een gewild bezit. Daarom organiseren boekhandels en uitgeverijen signeersessies. Deze evenementen vinden waarschijnlijk hun oorsprong in het literaire lezingencircuit. Chris Leeftang, de latere CPNB-voorman, hield al in de jaren dertig avonden met schrijvers in de Utrechtse boekhandel Broese. Dat kwam hem in 1954 overigens op een veroordeling te staan: de winkelsluitingswet was overtreden. Niet verboden waren literaire middagen zoals de Amsterdamse uitgever De Arbeiderspers organiseerde in haar gebouw op het Hekelveld; na afloop signeerde de auteur dan zijn boeken. De Amsterdamse Bijenkorf hield tijdens de Boekenweek van 1949 voor het eerst een ‘literaire markt’: schrijvers signeerden er maar verkochten ook elkaars boeken.

10:

Boekhandels- etiketjes

10: In de loop der tijd werden de kaartjes en etiketjes in allerlei technieken geproduceerd; ze bestaan gegraveerd, gelithografeerd, in reliëfdruk en — minder exclusief — in boekdruk of offset.

In de collectie boekhistorie bevinden zich duizenden en duizenden losgeweekte Nederlandse boekhandels- en bindersetiketjes. Nog in de jaren tachtig van de vorige eeuw waren er boekhandelaren die hun waar van een kleurig naametiketje voorzagen. Maar vooral in de negentiende eeuw werd dit soort labels veel geplakt, ook door binders. Ze kunnen informatie verschaffen over naams- en adresveranderingen en andere bedrijfsactiviteiten, zoals een leesbibliotheek, een kunsthandel of de verkoop van ‘schrijfbehoeften’. De doorgaans uiterst bescheiden boekhandelsetiketjes lijken voort te komen uit de visitekaartjes van handelaren.

11:

Prospectussen

11: Intekenlijst uit mei 1851 voor: *Het nijverheids-
paleis te Londen ...* / vrij naar het Engelsch. Haarlem,
Kruseman, 1851. ‘Ten behoeve van allen die de
tentoonstelling bezoeken, of die zich eene herinne-
ring aan dit kunstgewrocht willen bewaren.’

Het prospectus is een van de oudste middelen die uitgevers gebruiken om hun waar onder de aandacht te brengen. Het maakt reclame voor een uitgave voordat die in de boekhandel ligt. Meestal wordt al beeldmateriaal ervan getoond. Het prospectus kan de vorm van een intekenlijst hebben, waarbij dan vaak korting geboden wordt. Het financiële nadeel ervan valt voor een uitgever weg tegen het voordeel dat hij zich verzekerd weet van voldoende afzet. Het spreekt voor zich dat vanwege het wervende karakter van het prospectus aan de productie de nodige zorg wordt besteed. Niet zelden zijn vooraanstaande illustratoren en vormgevers ervoor ingeschakeld. De laatste jaren liggen vaak voorpublicaties als een soort prospectus bij de kassa.

12:

Lithografie en offset

12a: Lithografische drukvorm van: *Een aardig prentenboek met leerzame vertellingen / ...* bewerkt door W.P. Razoux. Schiedam, H.A.M. Roelants, [1898]. Een bewerking van Heinrich Hoffmanns populaire *Der Struwwelpeter*.

12b: Offsetplaten van Offsetdrukkerij Jan de Jong, Amsterdam. Met deze platen is de voorjaarscatalogus 2008 van Uitgeverij De Buitenkant geproduceerd. In de regel worden offsetplaten na gebruik weggegooid.

Bijzondere Collecties

Helemaal aan het eind van de achttiende eeuw werd een nieuwe druktechniek ontdekt. Daarbij werd niet gedrukt van verhoogde vormen, zoals loden letters of houtsneden, niet van verdiepte vormen, zoals gegraveerde of geëtste platen, maar van *vlakke*, bewerkte stenen. De steendruk of lithografie was een uitvinding van de Duitser Alois Senefelder (1771–1834) en is gebaseerd op de onderlinge afstoting van water en vet. Vanaf 1830 werd de lithografie veel toegepast voor boekillustratie. De kleurenlithografie gaf later in de negentiende eeuw de opkomende reclame-industrie vleugels. Aan het begin van de twintigste eeuw werd (indirecte) vlakdruk van een aluminium plaat mogelijk, de zogenaamde offset. De dunne metalen platen waren buigzaam en maakten dus snelle rotatiedruk mogelijk. Offset is op dit moment de meest gebruikte druktechniek, met het digitaal drukken als nieuwe, serieuze concurrent.

De uitgeversband

13a: Jacob van Eeghen, *Keuze uit nagelaten gedichtjes*. Amsterdam, 1835. Collectie A.S.A. Struik.

13b: *Bijbelsche almanak voor het jaar 1830-1839* / uitgegeven door het Nederlandsche Godsdienstige Traktaat-Genootschap. Amsterdam, 1829-1838. 10 dln. Gedrukt door de Amsterdamse drukkerij C.A. Spin en uitgegeven in blauwe papieren omslagen met een verzamelbandje.

13d: *Bloemlezing uit den Friesche luthof en andere gedichten van Jan Janszoon Starter*, toegel. door Wopke Eekhoff. Leeuwarden, 1862. Oudst bekende Nederlandse stofomslag, voor de gelithografeerde band van een uitgave van W. Eekhoff. Bibliotheek van het Boekenvak.

13c: A.B. van Meerten-Schilperoort, *Fabelkunde voor jonge lieden*. Breda, 1825-1826. 2 dln. Bedrukte gekartonneerde schoolboekjes uitgegeven door F.B. Hollingerus Pijpers. Collectie van het Nederlandsch Schoolmuseum.

Een kleurige paperback of mooi gebonden uitgave met een stofomslag is een nog redelijk jong verschijnsel. Vanouds werden boeken door de boekhandelaar/uitgever veelal ongebonden of voorzien van een eenvoudige papieren omslag aangeboden. De klant bepaalde de vorm van de definitieve band. In de negentiende eeuw wordt het door veranderingen in het productieproces mogelijk om een oplage van een boek in een stevige linnen band uit te brengen. Samen met de groeiende mogelijkheden voor versiering wordt de band dan een belangrijk verkoopmiddel voor de uitgever. Een van de eerste geheel linnen banden die in een oplage in Nederland werden geproduceerd, is de poëziebundel van Jacob van Eeghen.

De uitgeversband

13e: J.P. Heije, *Al de kinderliederen*. Amsterdam, 1861. Gebonden door de Amsterdamse binder D.G. van Bommel voor uitgeverij P.N. van Kampen. Collectie Tetterode, Museumbibliotheek.

13f: J.P. Heije, *De gelaarsde kat, een sprookje uit de oude doos*. Amsterdam, 1867. Stempel gesig-neerd in de banderol door S.J. de Vries uit Amsterdam voor een uitgave van G.L. Funke. Met de invoering van de verguldpers was het mogelijk om in grote oplagen een goudstempel op rug en voor-plat aan te brengen. Collectie van het Nederlandsch Schoolmuseum.

13g: Jonathan, *Waarheid en dromen*. 9e dr. Leiden, 1896. Gebonden door J. Giltay & Zoon uit Dordrecht voor uitgeverij E.J. Brill. Waren de eerste stempels nog klein, allengs wordt het moge-lijk gebruik te maken van ingewik-kelde stempels die het hele plat vullen. Collectie A.S.A. Struik.

13h: G.A.F. Molengraaff, *Borneo-expeditie, geologische verkennin-gen in Centraal Borneo (1893-94)*. Leiden, E.J. Brill; Amsterdam, H. Gerlings, 1900. Bandontwerp door J.G. Veldheer in de stijl van de Nieuwe Kunst.

13i: Top Naeff, *School-idyllen*. 16e dr. Amsterdam, 1936. Bandontwerp Rie Reinderhoff voor uitgeverij H.J.W. Becht. Collectie Marie-Louise Reinderhoff.

13j: Jac. Van Looy, *Gedichten, 1884-1925*. Leiden, 1932. Bandontwerp door S.H. de Roos voor A.W. Sijthoff. Collectie Tetterode, Museumbibliotheek.

13k: W.P. Hubert van Blijenburgh, *Kamergymnastiek voor iedereen*. 2e dr. Rotterdam, 1935. Bandontwerp door Piet Zwart voor uitgeverij W.L. & J. Brusse.

13l: Boeken uit Collectie van het Nederlandsch Schoolmuseum, de collectie A.S.A. Struik, de collectie Marie-Louise Reinderhoff en de collectie Tetterode, Museumbibliotheek.

14:

De Salamander- pocket

14a: Omslagtekening van Nicolaas Wijnberg voor: Hans Andreus, *Valentijn*. 1963. Salamander; 149. Evenals 14b–d afkomstig uit het Grafisch Archief Querido, dat sinds 2007 berust bij de Bijzondere Collecties.

14b: Omslagtekening van Bert Bouwman voor: Ernest Hemingway, *De sneeuw van de Kiliman-dzjaro en andere verhalen*. 1977. Salamander; 422.

14c: Omslagtekening van J. Sanders voor: Erich Maria Remarque, *Hebt uw naasten lief*. 1970. Salamander; 277.

14d: Omslagtekening van Hans Bishoff voor: An Rutgers van der Loeff, *Een kans op geluk*. 1968. Salamander; 244.

14e: Affiche voor de Salamanders, ca. 1940.

Boeken in pocketformaat bestaan al eeuwen. Beroemd zijn de kleine uitgaven van de zestiende-eeuwse Italiaanse drukker Aldus Manutius. De Amsterdamse uitgever Emanuel Querido bracht in 1934 *gebrocheerde* pockets op de markt – dus niet in een harde band maar geplakt in een omslag van dun karton. Querido had zich laten inspireren door de reeks *The Albatross. Modern Continental Library*, die twee jaar eerder was gestart. Maar al gauw moest hij van zijn lezers naast gebrocheerde ook gebonden Salamanders uitbrengen, die overigens maar een kwartje meer kostten. Het duurde even voordat het Nederlandse publiek aan de eenvoudige pocket gewend was. Deze reeks bestaat overigens nog steeds, nu onder de naam Salamander Klassiek bij uitgeverij Athenaeum – Polak & Van Genneep.

14f: Affiche voor de Salamanders, ca. 1985.

14g: Een rijtje Salamander-uitgaven. Particuliere collectie.

15:

De Max Havelaar in vele gedaanten

15a: *Max Havelaar, of de koffij-veilingen der Nederlandsche Handel-Maatschappij.* Amsterdam, De Ruyter, 1860. De eerste druk met de 'correcties' van Jacob van Lennep.

15b: *Max Havelaar of de koffiveilingen der Nederlandsche Handel-maatschappij.* Amsterdam, Maatschappij voor goede en goedkope lectuur, [1907]. Nederlandsche bibliotheek; 22.

15c: *Volledige werken.* Amsterdam, Van Oorschoot, 1949-1995. 25 dln. Deel 1 bevat de tekst van de *Max Havelaar*. De voor zijn vormgeving en productie bekroonde serie werd ontworpen door Helmut Salden.

15d: *Max Havelaar of de koffieveilingen der Nederlandsche Handel-Maatschappij;* verzorgd en toegel. door dr. G.W. Huygens. Rotterdam, Ad. Donker, [1958]. Donkerpockets; 23. Omslagontwerp Ben Aalbers.

Max Havelaar is de beroemdste roman uit de Nederlandse literatuur. Het boek verscheen voor het eerst in 1860 en werd onder het pseudoniem Multatuli geschreven door de voormalige Nederlands-Indische ambtenaar Eduard Douwes Dekker (1820–1887). De eerste druk werd bezorgd door de schrijver Jacob van Lennep, die de *Max Havelaar* censureerde om zijn politieke vrienden te ontzien. Deze ‘correcties’ leidden later weer tot edities die recht wilden doen aan het oorspronkelijke werk. Wat tekstuitgave en vormgeving betreft, is deze roman inmiddels in vele gedaanten uitgegeven, onder meer als wetenschappelijke editie, jeugdboek en luisterboek. Eind 2007 verscheen zelfs een facsimile van het handschrift. Daarnaast is de *Max Havelaar* in bijna veertig talen vertaald en in 1976 werd de roman door Fons Rademakers verfilmd.

De *Max Havelaar* in vele gedaanten

15e: *Max Havelaar, of De koffieveilingen der Nederlandsche Handel-Maatschappij*. Amsterdam [etc.], Elsevier, 1976. Filmeditie, met foto's uit de film. Het succes van een film echoot niet zelden door in de boekverkoop. Omslagontwerp Nico Dresmé.

15f: *Max Havelaar*; geïllustreerd door Ben Horsthuis. Lisse, Rebo Productions, 1988. Voor een breed publiek bestemde uitgave in band van kunststof. De vormgeving in een eclectische stijl moet de sfeer van de negentiende eeuw oproepen.

15g: *Max Havelaar, of De koffieveilingen der Nederlandse Handelsmaatschappij*. Bewerking Karel Claes; illustraties Leo Fabri. Pellenberg, Komkom, 1991. Serietitel: Compact Books. Verkorte en bewerkte uitgave: 'Compact Books. Omdat lezen ook leuk moet zijn'.

15h: *Max Havelaar, of De koffieveilingen der Nederlandsche Handelsmaatschappij*. Met een nawoord van J.J. Oversteegen. Amsterdam, Athenaeum – Polak & Van Gennep, 2004. Salamander klassiek. Toneeluitgave met een apart stofomslag met een foto van acteur Thom Hoffman.

15i: *Max Havelaar of de koffiveilingen der Nederlandsche Handelmaatschappy*; historisch-kritische uitg., verzorgd door A. Kets-Vree. Assen [etc.], Van Gorcum, 1992. 2 dln. *Monumenta literaria neerlandica*; 6. Wetenschappelijke tekstuitgave onder auspiciën van het Constantijn Huygens Instituut. Vormgeving F.C. Bos.

15j: *Saïdjah en Adinda*; voor-gelezen door Thom Hoffman; regie: Christoph Buchwald. [Amsterdam], Cossee, 2006. Integrale weergave van een verhaal uit de *Max Havelaar*. CD (54'32 min.).

15k: *Saïdjah en Adinda*; [bew.: Eenvoudig Communiceren]. Amsterdam, Eenvoudig Communiceren, [2007]. Bewerking van een verhaal uit de *Max Havelaar* met als doelgroep kinderen van dertien jaar en ouder.

15l: *Max Havelaar, of de koffijveilingen der nederlandsche Handelmaatschappij*. Amsterdam, Bas Lubberhuizen, 2007. Deze facsimile van het handschrift met inleiding is in een oplage van vijfhonderd exemplaren verschenen. Het originele handschrift bevindt zich in de Bijzondere Collecties en maakt deel uit van het bruikleen van het Multatuli Genootschap.

16:

Omslag: Studio Ron van Roon

16a: Affiche 'Cover stories. Boekomslagen: de makers en de markt', 2007. Het symposium 'Cover Stories', dat op 4 november 2007 in Amsterdam plaatsvond, gaf een beeld van de verhalen die schuilgaan achter de definitieve omslagontwerpen, de meningen over criteria, conventies, trends en marktmechanismen. Van Roon was een van de initiatiefnemers van dit symposium, dat georganiseerd werd door de Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers.

16b-c: Ontwerp (b) en gedrukte uitgave (c) van: Breyten Breytenbach e.a., *Nieuwe gedichten*. Amsterdam, Uitgeverij Podium, 2007/2008. Jaarwisselingsgeschenk voor de vrienden en relaties van Podium.

16d: Omslagen voor verschillende auteurs en uitgevers uit de jaren 2002-2008.

Ron van Roon (1953) bezocht de Rietveld Academie in Amsterdam en werkt sinds 1980 vooral als omslagontwerper. Maakten ontwerpers vroeger omslagen voor één of hooguit enkele uitgeverijen, Van Roon lijkt voor heel literair Nederland te werken. Tot zijn opdrachtgevers behoren Podium, De Arbeiderspers, Querido, De Geus en Nijgh & Van Ditmar. In de studio in Amsterdam-West, met één medewerker en af en toe een stagiair(e), komen jaarlijks een kleine honderd omslagen tot stand. Daarbij worden fotografische beelden gebruikt naast eigen illustraties en getekende letters. Het werk van deze studio heeft niets seriematigs. Voor elk boek wordt, al zoekend en associërend, een omslag ontwikkeld dat juist bij die titel past. Het leverde verschillende bekroningen bij De Best Verzorgde Boeken op.

17-25:

Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek

Twee jaar na het succes van de eerste Boekendag in 1930 werd de CPNB opgericht. Lange tijd was de CPNB een onderdeel van het kartel de Vereeniging ter bevordering van de belangen des Boekhandels. Vertegenwoordigers van de Nederlandse Uitgeversbond en de Nederlandse Boekverkopersbond werkten in de CPNB samen om met reclamecampagnes de verkoop van boeken te stimuleren. Elk jaar organiseerde en organiseert de CPNB een Boekenweek met lezingen en signeersessies. Ook verschijnt dan een Boekenweekgeschenk, dat klanten bij besteding van

een bepaald minimumbedrag gratis meekrijgen. Een gala-avond, het inmiddels roemruchte Boekenbal, zet het begin van de Boekenweek luister bij.

Al gauw breidde de CPNB de activiteiten uit met campagnes buiten de Boekenweek om, zoals voorjaars-, zomer-, najaars- en winteracties. In 1947 ging de *Boekengids* van start, een tijdschrift voor een breed publiek dat veel opvolgers heeft gekend. Vanaf 1955 vindt jaarlijks een Kinderboekenweek plaats, waarin sinds 1971 Gouden Griffels en Penselen voor de beste kinderboeken worden uitgereikt. Succesvol was de actie Boek van de Maand (1970–1983), in 1989 opgevolgd door een andere actie: de Maand van het Spannende Boek. En dan zijn er nog de Nationale Voorleesdagen, de jaarlijkse bekroning van de Best Verzorgde Boeken en de halfjaarlijkse uitgeverspresentatie Vers voor de Pers.

Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek

De samenwerking tussen de Nederlandse Uitgeversbond en de Nederlandse Boekverkopersbond, die naast de 'Vereeniging' jaarlijks een financiële bijdrage leverden, verliep niet altijd even soepel. Al dan niet vermeende tegenstrijdige belangen leidden ertoe dat de werkzaamheden van de CPNB vanaf 1970, met enige onderbrekingen, alleen door de uitgevers werden bekostigd. Hieraan kwam een einde toen in 1983 de CPNB formeel werd losgemaakt van de 'Vereeniging' en als zelfstandige stichting verderging.

Tal van nieuwe initiatieven werden ontplooid, waarbij de CPNB samenwerking zocht met publieke omroepen en met organisaties en bedrijven als de ANWB, het dagblad *Trouw* en de Melkunie. De NS Publieksprijs, een campagne samen met de Nederlandse Spoorwegen, is een van de laatste initiatieven. Momenteel wordt de CPNB — die ook eigen inkomsten heeft uit de verkoop van propagandamateriaal en de revenuen van acties — medegefinancierd door de Groep Algemene Uitgevers, de Vereniging van Openbare Bibliotheken en de Nederlandse Boekverkopersbond.

‘Boeken in huis’: CPNB-tijdschriften

17: *Boeken in huis*. Amsterdam, Vereeniging ter bevordering van de belangen des Boekhandels, Commissie voor de Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek (CPNB), 1963–1971. Dit tijdschrift, waarvan vormgeving en redactie werden verzorgd door Bureau Uniepers in Amsterdam, was minder highbrow dan de *Boekengids* en meer gericht op publiek dat wel graag las maar geen boeken kocht. Er stonden populariserende stukjes in over schrijvers en boeken, en advertenties van uitgeverijen. Dit laatste gold overigens voor elk tijdschrift van de CPNB, want zo werden al sinds jaar en dag de promotieactiviteiten mede gefinancierd.

De CPNB heeft ter stimulering van de boekenverkoop een groot aantal periodieken uitgegeven. Het eerste, de *Boekengids*, verscheen in 1947 in een oplage van ruim 300.000 exemplaren. In 1951 werd de *Boekengids* gesplitst in een algemene editie en een editie voor het katholieke volksdeel. In 1963 werden zij gezamenlijk voortgezet als *Boeken in huis*, later *Boekenkijkboek* geheten. Vanaf 1974 kwam, afwisselend als gids voor volwassenen en kinderen, de *Boekenmolen* uit, in 1988 alleen voortgezet als *Kinderboekenmolen*. Van 1983 tot 1986 verscheen als bijlage van het weekblad *Vrij Nederland* de *Literaire boekengids*, die ook interviews met boekenlezers bevatte. De *Detective en thriller gids*, gepubliceerd ter promotie van de campagne Maand van het Spannende Boek, verscheen eveneens lange tijd als bijlage van *VN*.

18:

De Best Verzorgde Boeken

18a: Otto Treumann, *50 best verzorgde boeken van 1963*. Amsterdam, [Vereeniging ter bevordering van de belangen des Boekhandels. Commissie voor de Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek], 1964. Tentoonstellingsaffiche Stedelijk Museum, Amsterdam.

18b: *Oranje Nassau Mijnen* / [door Nico Jesse]. [Heerlen, Oranje Nassau Mijnen, 1953]. Vormgeving en fotografie Nico Jesse. Dit beeldverhaal wordt nu beschouwd als een mijlpaal in de geschiedenis van het Nederlandse fotoboek.

18c: *Luis Barragán: the eye embodied*; fotogr. by Kim Swartz; text by Wim van den Bergh. Maastricht, Pale Pink Publishers, 2006. Vormgeving Reynoud Homan.

Na de oorlog herleefde een traditie uit de jaren twintig: de jaarlijkse bekroning van boeken met een bijzondere vormgeving of productiewijze. Het initiatief moest ‘de propaganda van het Nederlandse boek ook in technisch opzicht, zowel in binnen- als in buitenland’ bevorderen. De CPNB nam de jurering, de catalogus en de bijbehorende tentoonstelling op zich. In 1948 verscheen de eerste catalogus, onder de titel *De 50 best verzorgde boeken*. Zes decennia later bestaat deze traditie – hoewel enige jaren onderbroken – nog steeds. De tweetalige catalogi van *De best verzorgde boeken* dragen bij aan de goede reputatie die Nederlandse grafische vormgeving internationaal geniet.

18d: Enkele catalogi, v.l.n.r.:
Catalogus der tentoonstelling van de vijftig beste boeken in Nederland vervaardigd in 1925 (1926?);
De bestverzorgde vijftig boeken van het jaar 1954 (1955) met Nico Jesses *Oranje Nassau Mijnen*;

De 50 best verzorgde boeken van 1948 (1949); *De best verzorgde vijftig boeken van het jaar 1962* (1963); *De best verzorgde boeken 1989*; *De best verzorgde boeken 2006* (2007) met Luis Barragán: *the eye embodied*.

Boek van de Maand

19a: J.L. Locher, C.H. Broos, M.C. Escher, *De werelden van M.C. Escher*. Amsterdam, Meulenhoff, 1971. Het break-even-point voor het Boek van de Maand lag bij 40.000 exemplaren, dat pas in december 1971 met deze uitgave – oplage 75.000 exemplaren – ruimschoots werd gepasseerd.

19b: H.J.A. Hofland, M. van Leeuwen, *Een teken aan de wand. Album van de Nederlandse samenleving, 1963-1983*. Amsterdam, Bert Bakker, 1983. Het laatste Boek van de Maand.

In april 1970 werd het Boek van de Maand geïntroduceerd. Met een aantrekkelijk, geïllustreerd boek (doorgaans non-fictie) voor een 'koopje' wilde men het niet of weinig lezende publiek naar de boekhandel lokken. Bovendien kwam een kwart van de netto-opbrengst van elk Boek van de Maand ten goede aan de CPNB. De enorme oplagen brachten de CPNB veel geld in het laatje. Ook voor uitgever en boekhandelaar was de actie profijtelijk. Al moest de uitgever genoegen nemen met een veel lagere winstmarge dan bij een normale uitgave, veel risico liep hij niet: de CPNB nam gegarandeerd minimaal 60.000 exemplaren af. De boekverkoper stelde zich weliswaar tevreden met een lage korting, maar hij had er verder weinig omkijken naar. De CPNB verzorgde de reclame en de boeken vlogen meestal de deur uit.

20:

Maand van het Spannende Boek

20a: Tomas Ross, *Mode voor Moskou*. Amsterdam, CPNB, 1989. Het eerste Spannende Boek. Hierbij ontbrak het laatste hoofdstuk: de lezer moest raden wie de dader was. Aan het eind van de actie kon men dit hoofdstuk als apart katern in de boekhandel verkrijgen.

20b: Kees Jansma, *En een persconferentie tot slot*. Amsterdam, CPNB, 1990. Anoniem verschenen; de identiteit van de auteur was onderwerp van een publieksprijsvraag tijdens de actie.

20c: Saskia Noort, *Afgunst*. Amsterdam, CPNB, 2007. Laatst verschenen geschenkboekje dat de boekhandelaar in juni, de maand waarin de actie gehouden wordt, aan de klant geeft, mits die een bepaald minimumbedrag aan Nederlandstalige boeken heeft besteed.

De campagne Maand van het Spannende Boek startte in 1989. Het doel was en is – de campagne loopt nog steeds – thrillers onder de aandacht te brengen van de lezer. Sinds 2000 heeft de actie elk jaar een ander thema, variërend van crime passionnel tot vrouwelijke misdaadauteurs. Twee keer werd er een publieksprijsvraag aan het Spannende Boek verbonden. Later werden er in navolging van het Boekenweekgeschenk ook boekjes cadeau gegeven. Verscheen het eerste boek nog in een oplage van 50.000 exemplaren, tegenwoordig worden aantallen gehaald van een kleine 500.000.

21:

‘Geef een boek’: CPNB-affiches

21a: *Geef een boek.* Najaarsactie 1958. Ontwerp:
Kees Kelfkens.

21b: *Vacantie... met 'n boek.*
Zomeractie 1956. Ontwerp:
Hermanus Berserik.

21c: *Vacantie... met 'n boek.*
Zomeractie 1950. Ontwerp: Jan
Wijga.

21d: *Kinderboekenweek 1956.*
Ontwerp: Wim Bijmoer.

21e: *Trek er op uit met een boek.*
Zomeractie 1953. Ontwerp: Paul
Huf en Hugh Jans.

21f: *Kinderboekenweek 2004.*
Ontwerp: Eric Carle.

21g: *Vacantie / tijd om te lezen.*
Zomeractie 1948. Ontwerp: Dick
Elffers.

21h: *Kinderboekenweek 1957.*
Ontwerp: Gerard Douwe.

21i: *We schrijven niet voor Jan Lull!*
Boekenweek 1972.

Een fraai onderdeel van de CPNB-collectie vormen de affiches voor de diverse campagnes vanaf 1932 tot heden. De Boekenweek is daar natuurlijk de belangrijkste en bekendste campagne van. Aanvankelijk waren het vaak culturele affiches van vooraanstaande ontwerpers als Dick Bruna, Dick Elffers en Otto Treumann. In de jaren zestig, na het vertrek van voorzitter Chris Leeftang, werd enige tijd een reclamebureau ingeschakeld. De herkenbaarheid van het 'merk' CPNB stond toen duidelijk voorop. De tegenwoordige huisstijl is in 2001 ontwikkeld door grafisch ontwerper Irma Boom. Zij ontwierp in 2007 ook voor het nationale boekenevenement Manuscripta alle drukwerk, waaronder het affiche. De CPNB-affiches worden overigens niet alleen verspreid in boekhandels en bibliotheken; ze vormen een onderdeel van brede, landelijke campagnes.

Beeldbank: <http://dpc.uba.uva.nl/affiches>

21:

‘Geef een boek’: CPNB-affiches

21j: *Het boek was u trouw.* Boekenweek 1946. Ontwerp: G. Oosterbaan Martinus.

21k: *Geef een boek.* Najaarsactie 1953. Ontwerp: Metten Koorstra.

21l: *De winter nodigt weer tot lezen.* Najaarsactie 1948. Ontwerp: Karel Thole.

21m: *Vacantie... met een boek.* Zomeractie 1954. Ontwerp: Mart Kempers.

21n: *Boekenweek 1998.* Ontwerp: Joost Swarte.

21o: *Boekenweek 1952.* Ontwerp: Gerard Douwe.

21p: *Vormt een eigen bibliotheek.* Boekenweek 1933. Ontwerp: P.S. van Woerkom.

21q: *Geef een boek.* Najaarsactie 1952. Ontwerp: Otto Treumann.

21r: *Kinderboekenweek 1961.* Ontwerp: Jenny Dalenoord.

21s: *Boekenweek 1961.* Ontwerp: Otto Treumann.

21t: *Mimoun Oaissa leest deze zomer in een andere stad.* Zomerlezen 2007.

21u: *Geef een boek of twee.* Najaarsactie 1954. Ontwerp: Nicolaas Wijnberg.

21v: *Nu is het boekenweek.*

Boekenweek 1969. Ontwerp: Franzen, Hey & Veltman.

21w: *Een boek schenkt vreugde.*

Boekenweek 1953. Ontwerp: Fedde Weidema.

21x: *Een blik in een andere wereld.*

Boekenweek 1950. Ontwerp: Jan Bons.

21y: *Stap er eens uit met een boek.* Zomeractie 1960. Ontwerp: Jan Bons.

21z: *Boekenweek 1958.* Ontwerp: Fedde Weidema.

21α: *Geef een boek of een boekje.*

Najaarsactie 1951. Ontwerp: Gerard Douwe.

21β: *Geef een boek.* Najaarsactie 1957. Ontwerp: Otto Treumann.

21γ: *Wie leest is binnen.* Najaarsactie 1960. Ontwerp: Charles Boost.

21δ: *Vlieg er eens uit met een boek.* Zomeractie 1955. Ontwerp: Gerard Douwe.

De toekomst van het boek

22a: iLiad, de digitale boekenreader die in 2007 werd geïntroduceerd door de boekhandelsketen Selexyz. Van de Selexyz-website: 'Standaard heeft de reader 128 MB Flash aan boord, goed voor circa 150 boektitels. De iLiad laat zich lezen als een boek; de originele opmaak wordt behouden en digitale pagina's kunnen afzonderlijk worden omgeslagen.'

22b: *Sheila Hicks: weaving as metaphor* / Arthur C. Danto, Joan Simon; Nina Stritzler-Levine, editor. New Haven etc., Yale University Press, 2006. Dit boek van ontwerper Irma Boom laat zien hoe een gedrukt werk veel meer kan zijn dan het digitale

bestand dat eraan ten grondslag ligt. Zo zijn, om aan te sluiten bij de gereproduceerde weefsels, de snedes van dit boek met de hand gezaagd. De uitgave werd uitgeroepen tot het mooiste boek van 2006.

Er bestaan al lang doemscenario's voor de toekomst van het gedrukte woord. Toch gaven Nederlanders niet eerder zo veel geld uit in de boekhandel als het afgelopen jaar: 568 miljoen euro voor 45 miljoen boeken. CPNB-directeur Henk Kraima in *de Volkskrant* van 15 januari 2008: 'Er zijn talloze websites met recepten maar er worden meer kookboeken verkocht dan ooit.' Naast het gedrukte boek is er het e-book, dat in verschillende bestandsformaten bestaat en op uiteenlopende hardware gelezen kan worden. Er zijn ook speciale readers, een soort iPods voor boeken. Maar hoe groot ook de markt voor het digitale boek zal blijken te zijn, bijzonder vormgegeven en geproduceerde boeken beantwoorden aan een andere behoefte: aan die van het boek als *fysiek* object.

De Boekenweek

23a: J. Tersteeg, *De uitgever en zijn bedrijf*. Amsterdam, 1930. Voorloper van het Boekenweekgeschenk. Verschenen ter gelegenheid van de eerste Boekendag in een oplage van 32.000 exemplaren. De boekverkopers boden het hun vaste klanten gratis aan.

23b: *Geschenk*, samenstelling A.M.E. van Dishoeck, C. Veth, C.J. Kelk. Amsterdam, 1932. Toepasselijke titel voor het eerste Boekenweekgeschenk, aangeboden aan het publiek, mits men voor ten minste f 2,50 aan boeken had gekocht. Van het boekje verschenen 32.000 exemplaren, gefinancierd door enerzijds de 'Vereeniging' en anderzijds de boekverkopers die de (zo laag mogelijk gehouden) kostprijs moesten betalen.

23c: *Novellen en gedichten*, red. Emmy van Lokhorst, Victor E. van Vriesland. Amsterdam, 1941. Dit geschenk moest op last van de Duitse bezetter uit de handel worden genomen. Misschien omdat in de Boekenweek niet de opgeëiste aandacht aan het 'Duitse' boek was geschonken. Wellicht speelde ook de Joodse afkomst van Van Vriesland een rol. Overigens kwamen lang niet alle exemplaren terug: 45.000 op een oplage van 67.200.

De eerste Boekenweek vond plaats in maart 1932, als vervolg op de Dag van het Boek in 1930. En ook deze keer werd het publiek getrakteerd op een gratis boekje. Sindsdien verschijnt elk jaar, de periode 1942–1945 daargelaten, een geschenk. Over de kwaliteit ervan is met enige regelmaat wat te doen geweest. Het vermaarde blad *Forum* liet er in de jaren dertig weinig van heel: passé. In 1981 werd een bijdrage van Gerard Reve als te omstreden afgewezen. In 1984 werd besloten, na een avontuur met geschenken over allerlei onderwerpen, dat het geschenk een literaire novelle moest zijn, geschreven door een vooraanstaand auteur.

23d: Henri Knap, *De ronde van '43*. Amsterdam, 1981. Dit geschenk verscheen in plaats van de eerste versie van *De vierde*

man van Gerard Reve, dat door de CPNB was afgewezen omdat het voor veel lezers aanstootgevend zou zijn.

De Kinderboeken- week en Annemarie van Haeringen

24a: *Wat zag Rob — een kijkdoos*, 1961. Kinderboekenweekgeschenk; ontwerper onbekend. Bouwplaat én de in elkaar geplakte kijkdoos, een boekwinkel met literaire figuren. Dit geschenk sloot aan bij een verhaal in de Kinderboekenweekkrant.

24b-e: Annemarie van Haeringen, storyboard, schetsen en definitieve tekeningen voor: *Wat niemand weet* / [tekst] Tonke Dragt; [ill.] Annemarie van Haeringen. [Amsterdam], Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek, 2007. Annemarie van Haeringen (1959) ontwikkelt eerst

een storyboard - bij dit boekje slechts één A4'tje - waarop in vlotte krabbels de opzet van iedere pagina of spread is aangegeven (b). Goed zichtbaar zijn hier de opgeplakte correcties. Daarna worden in een schetsboekje de voorstudies gemaakt (c). Het zijn kunstwerkjes op zich en in uitvoe-

In 1955 startte de CPNB met het organiseren van de Kinderboekenweek. Deze manifestatie ter promotie van het Nederlandse kinderboek vindt plaats in oktober en duurt tien dagen. Sinds 1961 heeft elke Kinderboekenweek een thema en zijn er speciale uitgaven. De eerste jaren was dat bijvoorbeeld een spel of een bouwplaat. In 1962 ontving men, bij besteding van een bepaald bedrag, de gratis Kinderboekenweekuitgave. In 2007 bedroeg de oplage daarvan 432.000 exemplaren! Daarnaast is er de laatste jaren een kleuteruitgave. Het prentenboekje van 2007 werd geïllustreerd door Annemarie van Haeringen, inmiddels winnares van drie Gouden Penselen.

ring alleen iets minder minutieus dan de definitieve tekeningen die voor reproductie dienen (d). Deze worden, ook in aquarel en inkt, op iets groter formaat dan het uiteindelijke boek gemaakt. De losse, getekende 'Zee-Eenhoorns'

gebruikte Van Haeringen om goed de positie van deze twee dieren ten opzichte van elkaar te kunnen bepalen (e).

24f: Kinderboekenweekuitgaven, 1962-2007.

Het Boekenbal

25a: Legendarisch is de decoratie die Metten Koornstra maakte voor de Boekenbals in de Stadsschouwburg. Koornstra was van 1947 tot 1973, met een korte onderbreking, de ‘opperboekenbalversierder’. Met behulp van allerlei op straat gevonden voorwerpen of op het Waterlooplein op de kop getikte attributen maakte hij objecten. Ze werden doorgaans lang voor het einde van het feest van de muren gerukt en in triomf mee naar huis genomen.

25b: Uitnodigingen, toegangsbewijzen, programmaboekjes en geschenken. Aan de vormgeving van het efemere drukwerk rondom het boekenbal besteedt de CPNB bijzondere zorg. En dan zijn er voor de gasten nog de meest uiteenlopende geschenkjes, van button tot Mariabeeld.

25c: De jurk die Maarten (‘Maartje’) ‘t Hart droeg op het Boekenbal van 1991. De schrijver ging toen verkleed als dame op pumps, met ook een pruik op.

Al sinds 1947 opent de Boekenweek met een Boekenbal. De combinatie van schrijvers, hoogwaardigheidsbekleders, gala, drank en soms een incident, bleek een succesformule. De kaartjes zijn dan ook bijzonder gewild. Het bal genereert veel media-aandacht en geeft zo een grotere bekendheid aan de Boekenweek – en daar is het de CPNB uiteindelijk om te doen. Het Boekenbal is in de loop der jaren op verschillende locaties gehouden. Eind jaren zeventig en begin jaren tachtig was er overigens een aantal keren geen bal; manifestaties in onder meer Lelystad kwamen ervoor in de plaats. Sinds 1982 is het Boekenbal weer terug in de Amsterdamse Stadschouwburg: de plek waar het ooit begon.

:

Colofon

Concept tentoonstelling Judith Belinfante, Nico Kool, Mathieu Lommen

Coördinatie en realisatie Ellen Borger, Ton Bruins, Ronald Coors, Anne Doebele, Chilion Macnack, Susanne Rekveld, John Robben, Marian Schilder, Martine Willekens, medewerkers Sector Elektronische Diensten, overige medewerkers Bijzondere Collecties

Typografie tentoonstelling Paul Bomers, Zoölogisch Museum Amsterdam (basistypografie Frederik de Wal)

Interieurbouw Wout Borst, Abdul Hammouch, Ron Leenheer, Frank Moolhuizen, José Novoa Prol, Mario Westmaas

Bruiklenen Herman Arnolds, Oss; Annemarie van Haeringen, Amsterdam; Maarten 't Hart, Warmond; Museum Enschedé, Haarlem; Multatuli Museum, Amsterdam; Selexyz Scheltema, Amsterdam; Studio Ron van Roon, Amsterdam; Offsetdrukkerij Jan de Jong, Amsterdam; Uitgeverij Rubinstein, Amsterdam

Samenstelling loopgidsje Nico Kool en Mathieu Lommen, met medewerking van Steef Stijsiger en Joke Mammen

Eindredactie Klaas van der Hoek

Ontwerp omslag Studio Ron van Roon, Amsterdam

Ontwerp binnenwerk Frederik de Wal, Schelluinen

Opmaak Sander Pinkse Boekproductie, Amsterdam

Druk Grafisch bedrijf Gorter, Steenwijk

Met dank aan Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek; Stichting De Best Verzorgde Boeken; The American Book Center, Amsterdam; Athenaeum Boekhandel, Amsterdam; Em. Querido's Uitgeverij bv, Amsterdam; Tetterode - Nederland bv, Amsterdam; Deutsches Zeitungsmuseum, Wadgassen; en aan Herman Arnolds, Jan Hein Banner, Henk Moorrees, Niek Smaal en George Verberne.

De tentoonstelling *Boek zoekt lezer* is mede mogelijk gemaakt dankzij bijdragen van Athenaeum Boekhandel, Amsterdam University Press, Bibliotheekfonds Marleen van Vollenhoven, CPNB, NDC | VBK de uitgevers, NUV Groep Algemene Uitgevers, PCM Algemene Uitgeverijen, Uitgeverij Podium en WPG Uitgevers.



UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM

TREK ER OPUIT MET EEN BOEK



21e:

Word Vriend van de Bibliotheek van de Universiteit van Amsterdam

De Stichting Vrienden van de Bibliotheek van de Universiteit van Amsterdam maakt mede de aanschaf mogelijk van bijzondere handschriften en zeldzame gedrukte werken. De Universiteit van Amsterdam getroost zich aanzienlijke inspanningen om deze mooie bibliotheek in stand te houden. Maar het is van belang dat daarnaast de Vrienden hun ondersteunend werk verrichten.

Vrienden worden op de hoogte gehouden van activiteiten als openingen van tentoonstellingen, lezingen en rondleidingen. Ook krijgen zij korting op publicaties, kaartenmapjes en andere uitgaven. U wordt Vriend door het formulier op de website in te vullen: <http://bc.uba.uva.nl>. Voor nadere informatie kunt u een mail sturen naar vriendensecr-uba@uva.nl of bellen met 020-5253770 (ma-do).

AMSTERDAMSCH-EPOS
DE JORDAAN
MANUSPREEET

ROMAN-DOOR
Is. QUERIDO



4j:

Jan Sluiter

SCHOLTENS & GILTAY-AMSTERDAM

