



Dichtbundel in supernormaal Nederlands

Steeds meer auteurs kiezen voor uitgeven in eigen beheer, met succes. Hoe doen zij dat? **René Oskam** besloot afgelopen jaar fulltime dichter te worden en kan nu van zijn schrijfwerk rondkomen.



© JEROEN ROEST

In het najaar van 2016 besloot René Oskam (1987) zijn baan als marktonderzoeker op te zeggen en fulltime dichter te worden. Hij had toen al een paar jaar een Facebook-pagina waarop hij zijn gedichten publiceerde. 'Het is een beetje een uit de hand gelopen grap. Ik heb van mijn hobby mijn werk gemaakt.' Oskams aantal volgers groeide snel, door vrienden van vrienden die zijn gedichten liketen en deelden. Oskam koos er bewust voor om het aantal nog verder te laten groeien voordat hij zijn eerste dichtbundel, *Zwemles in een zee*

van tijd, uitgaf. 'Je moet wel een afzetmarkt hebben.' Zijn bundel verscheen 24 juli 2016, toen hij ongeveer tienduizend Facebook-volgers had. Daarna heeft hij ook betaald geadverteerd op Facebook. 'Dat is een goedkope manier om gericht veel meer mensen te bereiken.' Binnen vier weken was de eerste druk (500 stuks) uitverkocht.

Hedendaags

Oskam profileert zich met 'gedichten in supernormaal Nederlands'. Over zijn succes zegt hij: 'Veel dichters schrijven onbegrijpelijke poëzie die niet echt een groot publiek aanspreekt, doordat het te ingewikkeld is en doordat je als lezer het gevoel hebt dat het nergens op slaat. Wat ik schrijf is heel erg hedendaags en gaat over onderwerpen die in onze samenleving spelen. Veel mensen die het lezen kunnen zich ermee identificeren. Ik denk dat dat de kracht is.' Oskam heeft geen pogingen gedaan om de landelijke publiciteit te ha-

len. 'Ik had geen zin om daar tijd aan te besteden; ik heb genoeg bereik via Facebook en in mindere mate ook via mijn Instagram-account. Ik denk dat het organisch moet groeien.'

Eigen webshop

Inmiddels loopt de derde druk van 500 stuks ook goed (de gemiddelde dichtbundel heeft een oplage van 500 en verkoopt niet uit). Bij ongeveer 120 verkochte boeken was Oskam uit de kosten van vormgeving en drukwerk. 'Een vriend, Tim Juffermans, is vormgever en heeft voor een goede deal het ontwerp verzorgd. Mijn vriendin werkt bij een uitgever van magazines en heeft bij verschillende drukkers offertes opgevraagd. De drukker die heb ik gekozen dacht goed mee over de papiersoort, het formaat en kon aangeven hoe dik het boek dan zou worden en wat het gewicht was. Aan dat soort dingen denk je niet meteen, maar die gegevens zijn wel belangrijk.' Bijvoorbeeld om de verzend-

Tip 1: 'Denk goed na over de vormgeving, wees kieskeurig qua papiersoort en laat je daarbij helpen. Heb je qua inhoud iets heel sterks, maar is het uiterlijk niet mooi, dan is dat een gemiste kans.'

Tip 2: 'Zorg voor een goede webshop met iDeal. Eerst had ik alleen een bestelformulier en moesten mensen zelf het bedrag overmaken. Onhandig, want ik moest steeds controleren of er betaald was. Nu kunnen mensen makkelijker en snel betalen, wat de verkoop stimuleert, en krijg ik alleen bestellingen binnen die betaald zijn.'

www.reneoskam.com
www.studio071.nl
(vormgever)

kosten te kunnen berekenen. Oskam verkoopt 97 procent van zijn dichtbundels via zijn website. Daarvoor tuigde hij aan de hand van YouTube-filmpjes een eigen webwinkel op. Daarnaast verkoopt hij bundels bij optredens. De verzending van de boeken verzorgt hij zelf. De rest van de verkoopadministratie heeft hij uitbesteed aan een boekhouder. Oskam zegt te kunnen leven van de verkoop van zijn dichtbundel, losse gedichten getypt op dik, luxe papier, zijn optredens en het werk dat hij in opdracht doet van bijvoorbeeld journalistiek platform *Mindshakes*. ■

Muriël Kleisterlee