



Trends en advies

Uitgeven in eigen beheer

Uitgeven in eigen beheer is in opmars. Met de verbeterde mogelijkheden – verkoop via Bol.com en boekhandels bijvoorbeeld – wordt selfpublishing steeds aantrekkelijker. Wat zijn de trends en ontwikkelingen waar je als indie, selfpubber, ofwel eigen beheer-auteur op in moet springen? Aanbieders van selfpublishingdiensten als BoekenGilde en Mybestseller geven advies.

Door Muriël Kleisterlee

Was het een aantal jaar geleden nog iets wat je deed als je echt geen uitgever voor je boek kon vinden, tegenwoordig kiezen steeds meer auteurs bewust voor eigen beheer. Dat stelt Ivo Haank van Brave New Books (BNB). Zijn bedrijf ging van 1000 eigen beheer-titels in 2014 naar 2000 in 2016. Een van de oudste aanbieders, Lectorium Uitgeverij (voorheen Free Muskeeters), zag het aantal titels stijgen van 7 in 2003 naar 175 in 2016. Boekengilde gaf in 2016 475 titels uit. Koploper is Mybestseller dat nu zo'n 2500 titels per jaar produceert, verspreid over labels als Mijnbestseller, Mijnmanagementboek en Maakjeeigenonderwijsboek. Volgens Koos Verkaik (Lectorium) is vrijheid een belangrijke reden om voor eigen beheer te kiezen: 'Vrij zijn om je eigen wensen te laten vertalen van idee naar boek. Eigen beheer geeft bijvoorbeeld de mogelijkheid om veel illustraties, statistieken en foto's toe te voegen.' Wat Verkaik ook opvalt, is dat het gebruik van de Nederlandse taal vaak van hoog niveau is. Sanne Visch van BoekenGilde ziet dat er steeds meer aandacht is voor het gehele proces: 'Dus niet puur het schrijven, opmaken en drukken, maar alles wat nodig is om écht een goed en succesvol boek te maken. Dan heb ik het over tekstredactie, een goede vormgeving, bewust met de promotie omgaan en het inrichten van verkoopkanalen.' Yordy Spoor van Pumbo merkt die professionalisering ook op. 'Dit zie je terug in de uitgave zelf – er worden steeds meer fullcolour hardcoverboeken uitgegeven – maar ook in de hogere oplages.'

Community building

Mybestseller signaleert een trend in het direct verkopen aan lezers, waardoor je een community opbouwt en als auteur hoge marges krijgt. 'Wij spelen hierop in door kosteloos widgets en sell-but-

tons aan te bieden die met één klik te plaatsen zijn op social media, eigen websites en affiliate sites,' zegt Peter Paul van Bekkum. 'Daarnaast zien we dat het gebruik van mobile selfpublishing, om je verhalen te delen met lezers die op de smartphone lezen, sterk aan populariteit wint. Wij bieden met Sweek zo'n platform waarbij lezers verhalen kunnen liken, sharen, volgen en commenten. De afstand met de schrijver is nul geworden.'

Nieuwkomer Simone Lucchesi van The Black Sheep Indie (waar je alleen e-books kunt laten maken) benadrukt het belang van het opbouwen van een relatie met je lezers en van marketing, soms toch nog een ondergeschoven kindje bij eigen beheer. 'Ik ga persoonlijk bij mijn indies langs, zodat ik hen een deel van de marketing en verkoop uit handen kan nemen en daarin kan aansluiten bij hun verhaal. Verder leg ik contact met boekbloggers, zodat zij ook over selfpub-boeken recensies publiceren en mensen zien: dit is gewoon een gaaf boek, het maakt niet uit dat er geen grote uitgever achter zit.'

Populaire genres

Non-fictie loopt niet alleen goed bij reguliere uitgeverij, ook bij selfpublishers. Spoor (Pumbo) geeft aan: 'Hiervoor is het makkelijker een doelgroep te vinden en dus kun je die beter bereiken. We hebben ook een keer een biografie van een onbekende oorlogsveteraan gedrukt die er heel veel van heeft verkocht. Ik dacht dat alleen mensen uit zijn omgeving geïnteresseerd zouden zijn, maar hij is het boek heel actief gaan promoten op plekken waar veteranen komen, zowel online als offline.' Non-fictie doet het ook goed bij Mybestseller (management en educatie bijvoorbeeld). Verder heeft dit bedrijf een jeugdboek in de top 4 staan en ziet Van Bekkum dat romans en thrillers ook weleens succes hebben. Thrillers scoren eveneens het beste bij The Black Sheep Indie. En ook bij Boeken-

Gilde staat een (waargebeurde) thriller op 1 – daarnaast een kookboek en een kunstboek. Visch merkt daar nog bij op: 'Hoe specifiek het thema, hoe groter het succes. Dit is bij onze titels tot op heden niet afhankelijk van het genre. Mensen moeten zich aangesproken voelen en overtuigd raken dat het lezen van het boek – toch vaak een tijdrovende bezigheid – ze iets gaat brengen en dus de moeite waard is. Ben je als auteur daartoe in staat, dan zal je dat merken aan je verkoopcijfers.' In de top 3 van best verkochte boeken staan bij BNB twee zelfhulpboeken en een titel in het genre erotisch. Maar ook de oude vertrouwde roman doet het volgens Haank goed. Lectorium heeft twee autobiografische boeken en een non-fictietitel in de top 3 staan.

Hogere oplages

Niet alle aanbieders willen uit concurrentie- en privacy-oogpunt precieze oplageaantallen geven. De verkopen verschillen volgens BNB van nul tot duizenden stuks per boek. 'We zien dat de pieken steeds hoger worden en dat er steeds meer boeken zijn die bijdragen aan die pieken.' Mybestseller heeft soms ook uitschieters van 'vele duizenden' exemplaren. Pumbo heeft toppers met oplages van 17.000 tot 22.000, Lectorium zelfs eentje van 55.000. Toch is dat een zeldzaamheid. Slechts '14 procent van de auteurs verkoopt meer dan 500 boeken, maar hard werken wordt bij het zelf uitgeven van boeken écht beloond'. Lectorium spreekt van een gemiddelde oplage van rond de '100 à 200 exemplaren met uitschieters naar 600'. 'Het komt ook steeds vaker voor dat auteurs de overstap maken naar een uitgeverij,' zegt Haank.

Grotere investeringen

Zijn er ontwikkelingen in de diensten die selfpubbers afnemen? 'We verkopen voornamelijk leesscans, leesrapporten en redactie,' zegt Haank (BNB). Daar is de afgelopen jaren weinig in veran-

>

De zeven gouden tips voor succes met eigen beheer

- 1** Zorg voor een goed omslag, een goed verhaal zonder taalfouten en wees assertief. Er is meer mogelijk dan je denkt! – *Brave New Books*
- 2** Ga er 100 procent voor. Kom uit je schrijversrol en trek je ondernemerspak aan. – *The Black Sheep Indie*
- 3** Verzamel de juiste mensen om je heen, zowel zakelijk als privé. Sta open voor feedback en leer van de fouten die je maakt. – *The Black Sheep Indie*
- 4** De weg naar publicatie is lang; het is ook belangrijk om te genieten van de avontuurlijke reis daar naartoe. – *The Black Sheep Indie*
- 5** Let op je budget en onderschat de marketing niet. Daar gaat uiteindelijk het meeste werk in zitten. Besef dat ook de “grote jongens en meisjes” (Koch, Noort) grotendeels hun eigen marketing doen, want dat is cruciaal om succes te realiseren. – *Mybestseller*
- 6** Definieer voor jezelf wanneer je succesvol bent. Laat dat niet afhangen van gemiddelden en wat andere auteurs doen, maar van wat jij als auteur zelf wilt. Dus maak de zin af: ‘Succes is voor mij...!’ Maak dit zo concreet én realistisch mogelijk en je hebt de basis van je marketingplan. – *BoekenGilde*
- 7** De cover van je boek is het visitekaartje. Laat de vormgeving van je cover en binnenwerk dan ook over aan professionals met gedegen kennis en ervaring in boeken. – *Lecturium*

derd.’ Redactionele controle van het manuscript wordt bij Lecturium door ongeveer een kwart van alle indies ingekocht. ‘Wel zien wij hier een toename in. Steeds meer auteurs zien de meerwaarde van een perfect geschreven manuscript. Vormgeving wordt bij 95 procent van alle eigen beheer-uitgaven afgenomen. Dit is niet anders dan veertien jaar geleden.’

Ook bij Mybestseller wordt vooral naar vormgeving gevraagd: ‘de opmaak van het manuscript, professionele e-pubconversie en het opmaken van het omslag’. En: ‘De markt van aanbieders is flink gegroeid, waardoor een schrijver altijd specialisten kan inschakelen tegen een betaalbare prijs.’ Verder zijn auteurs meer bereid om te investeren in het laten maken van een professionele website, zegt Spoor (Pumbo). ‘Een eenvoudige gratis website is nu eenmaal niet altijd toereikend. Iemand inhuren voor promotie is nog steeds lastig, al zien we in enkele gevallen dat er succesvol gebruik wordt gemaakt van bijvoorbeeld een publicist cq. literair agent.’

Meer verkoopdiensten

De helft van de auteurs bij Lecturium koopt ook marketing- en promotiediensten in. ‘Of een auteur doet alles zelf voor het boek dat hij voor ogen heeft – denk bijvoorbeeld aan het geven van lezingen – of hij een laat alles aan Lecturium over.’ BoekenGilde signaleert iets vergelijkbaars: ‘Er worden meer diensten afgenomen rondom het vermarkten en verkopen van het boek. Het besef groeit dat dit een onderschat onderdeel is van het proces. Zo helpen we bij het schrijven van een commerciële flaptekst en het inrichten van online verkoopkanalen.’ Omdat de meeste aanbieders tegenwoordig een aansluiting bij het Centraal Boekhuis hebben, waardoor je boek bij iedere boekhandel gekocht kan worden, is verkoop een dienst die veel wordt afgenomen. ‘We zien dat bijvoorbeeld

beeld bol.com en managementboek.nl steeds belangrijkere verkoopmedia worden voor de auteur,’ aldus Verkaik (Lecturium).

Succesfactoren

Welke auteur succes krijgt met eigen beheer valt niet altijd te voorspellen. ‘Natuurlijk zijn het de “ondernemers” onder de auteurs die vaker succesvol zijn,’ stelt Van Bekkum. ‘Zij doorlopen alle marketingacties, van persbericht met recensie-exemplaar, boekpresentatie en e-mailing, tot aan een social media-campagne, het gebruik van widgets op Facebook en LinkedIn, en het inzetten van influencers.’ Haank nuanceert: ‘Theoretisch gezien hebben zelfstandige en ondernemende auteurs in combinatie met een goed verhaal de meeste kans. Maar dat blijkt in praktijk niet altijd waar te zijn.’ Visch: ‘Succesvolle auteurs hebben een gedegen aanpak. Aan elke fase in het uitgeefproces wordt aandacht besteed. Ze weten dat een boek “perfect” moet zijn om succesvol te kunnen worden. Daarnaast besteden ze al in een vroeg stadium tijd aan de promotie van het boek én van zichzelf als auteur. Lezers willen steeds meer weten wie de persoon is achter het boek.’

Volgens Verkaik hangt succes vaak vooral af van het onderwerp. ‘Zorgvuldig uitgespitte periodes uit de geschiedenis bijvoorbeeld, zijn geliefd bij een groeiend publiek. En boeken waarin vanuit een probleemsituatie omhoog wordt gewerkt. Het geven van de helpende hand in welke situatie dan ook, van automatisering tot aan innerlijke ontplooiing.’ Ook zegt hij: ‘Auteurs die willen uitgeven in eigen beheer zijn op een positieve manier eigenzinnig en weten zelf van tevoren meestal al exact hoe zij het eindresultaat willen hebben.’ Lucchesi tot slot: ‘Mijn indies zijn allemaal heel gedreven mensen. Selfpublishers hebben een vechtersmentaliteit: wat jij kan, kan ik ook, maar dan nog beter.’ ■