

De magische reis van idee tot boek

Hoe schrijf ik een boek en geef het uit?



Dirk Hermans

© 2020 Dirk Hermans
Vertelpunt Uitgevers
Foto's: Deposit Photo's
Cover: Dirk Hermans

Veel informatie om dit naslagwerkje samen te stellen haalde ik bij de website <https://schrijvenonline.org/>. Waarvoor dank.

Niets uit deze uitgave mag verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt worden door middel van druk, fotokopie, microfilm, internet, USB of op welke wijze dan ook, zonder schriftelijke toestemming van de uitgever. Wil u meer weten over de uitgaven van Vertelpunt Uitgevers, of wenst u zelf een boek uit te geven: www.vertelpuntuitgevers.be

Schrijven, is kijken met je ogen dicht
(Remco Campert)

Inhoudstabel

Inleiding	5
Stretchen voor het schrijven	6
Schrijven en blijven schrijven	9
Zo focus je op het schrijven van je boek	12
Verhaallijn: Je bent God in je eigen boek	16
Personages moeten diepgang hebben	18
Welke soorten personages zijn er	20
Hoe creëer je personages	24
Zo schrijf je het eerste hoofdstuk van je boek	26
Writers block	30
Hoe schrijf je een succesvolle thriller	35
Hoe zit een goede plot in elkaar	38
Hoe schrijf ik een goede plot	41
De voordelen van een subplot	44
Privacy en auteursrecht	45
De cover van je boek	49
Wat zet je op de achterkant van je boek?	53
We kunnen niet allemaal J.K. Rowland zijn	56
Zelf je boek verkopen	60
Je boek verkopen: online of via de boekhandel	61
Wat is een ISBN en heb ik dat nodig?	67
Hoe werkt Vertelpunt Uitgevers?	70

Inleiding

Beste lezer

Wellicht ben je iemand die de wens heeft om een boek te schrijven. Of je bent iemand die al begonnen is of zelfs al een manuscript klaar heeft.

Maar je zit met nog veel vragen. Hoe schrijf ik een verhaal, wat doe ik met personages, waar kan ik het uitgeven, hoe gaat dat in zijn werk?

Tientallen vragen en soms geen antwoorden. In dit boekje probeer ik vanuit mijn ervaringen als journalist, copywriter, auteur en uitgever enkele van die vragen te beantwoorden.

Ik hoop dat je na het lezen van dit werkje weet hoe het nu allemaal verder moet en dat je met vernieuwde moed aan de slag gaat/blijft.

Ik wens je veel succes met het schrijven. En denk er aan: schrijven moet leuk blijven. Geniet er van want uiteindelijk ben jij God in de wereld die je op papier creëert. En dat is een prettige positie.

Dirk Hermans Auteur/uitgever

Stretchen voor het schrijven

Vaststelling 1: Als je gaat sporten raadt iedere trainer en sportarts je aan om vaak te trainen en te stretchen vooraleer je een zware inspanning gaat doen.

Vaststelling 2: hersenen zijn een spier en schrijven is een inspannende activiteit

Conclusie: je zou vooraleer je begint met een boek te schrijven, ook je hersenen even moeten stretchen en trainen.

Hoe doe je dat en moet dat iedere keer? Hieronder lees je er meer over.

Losschrijven

Een boek schrijven is een ferme intellectuele inspanning. Hoe je daaraan begint en hoe je volhoudt, behandelen we in volgende blogs. Maar first things first: de spier die hersenen heet, moet net als je quadriceps of biceps eerst getraind worden vooraleer aan het



echte werk te beginnen. In het jargon heet dat Losschrijven. Maar hoe doe je dat? Volg even mee: als je nog van de oude stempel bent neem je een lekker schrift en een pen die fijn schrijft en zet een wekker op twintig minuten. De iets modernere medemens zet zich comfortabel achter de computer en opent een Word formulier. Ontspan je handen, zet je vingers op de toetsen en off we go!

Foute spelling en dwaalgedachten

Je begint zoals iedere schrijver een boek begint: je schrijft je eerste regel. Maar daar waar echte auteurs meestal een plan, een schema en/of een verhaal hebben, hoeft jij nog niets te hebben. Het is maar training, weet je wel.

Dus schrijf alles op wat er in je op komt. En dat kan een veelvoud aan dingen zijn. Het hoeft geen perfect Nederlands te zijn. Het hoeft niet eens zin te hebben. Schrijven maar. Foute gedachten. Slechte gebouwde zinnen. Foute spelling. Dwaalgedachten. Ventileer je ongenoegen over deze oefening. Verklaar je liefde aan de buurvrouw, vloek op de nieuwsdienst voor al die vervelende berichten ... Alles mag. Als je maar schrijft. Als die vingers maar blijven tokkelen op het toetsenbord/als de pen maar in beweging blijft.

In je vingers

Door dit losschrijven geregeld te oefenen, krijg je meer vertrouwen in wat zich aanmeldt in je gedachten. Je gaat beter naar allerlei invallen luisteren. En je traint je in het formuleren van je gedachten. Want na verloop van tijd ga je als vanzelf fouten er uit halen, zinnen structuren en beter schrijven. Je krijg het in je vingers, zoals dat zo mooi heet. En als je het in de vingers hebt, begin je aan je eerste boek. Je bent klaar voor een fantastische reis waarin jij de reisleader bent

die je personages stuurt naar waar JIJ dat wil. Geloof me vrij, dat is een fantastische ervaring. Take control. Wees God in je eigen boek.

Schrijven en blijven schrijven

Je hebt je los geschreven. En nu wil je aan je boek beginnen. Je loopt al een tijd met het verlangen om een boek te schrijven. Je stelt je voor dat het heerlijk moet zijn: minstens één dag in de week zoek je een prettige plek op om lekker te schrijven. Weg van werk en van thuis. Je volledig overgeven aan het schrijven. Je hebt misschien zelfs al wel iets geschreven. En dat wil je afmaken. Maar in de praktijk... heb je eigenlijk amper tijd. Er is altijd wel iets dat belangrijker is.

Om een boek te kunnen schrijven zal je tijd vrij moeten blokken. Je zal er dingen voor moeten laten. En toch is het van belang dat je de schrijfstroom op gang helpt. En dat lukt alleen door regelmatig te schrijven. Van kwantiteit komt kwaliteit. Al schrijvend en herschrijvend ontwikkel je kwaliteit. Zeker nooit uitstellen, want van uitstel komt afstel en dan zal jouw fantastische boek altijd een fantastisch item op je bucketlist blijven.

Nooit de ketting doorbreken

De Amerikaan Jerry Seinfeld ontwikkelde een methode om uitstelgedrag te vermijden. Seinfeld is een van de meest succesvolle komieken aller tijden die fortuinen verdiende met comedy, boeken en een eigen show. En hij slaagde er in om dat consistent, jaar na jaar te doen. Als we het vergelijken met ons eigen leven, dan moeten we waarschijnlijk vaststellen dat we 1) niet zoveel verdiend hebben en 2) er zelden in slagen om consistentie in onze werkwijze te brengen. Als je dat wél kan, ben je waarschijnlijk een geslaagd zakenman, een succesvolle sporter of een bekende artiest. Wat de meeste onder ons niét zijn; Waarom niet? Omdat we vaak uitstelgedrag vertonen. Dáár ligt vaak de reden van ons falen. Of van ons niet zo succesvol als mogelijk zijn.

Kalender

Wat is het verschil? Welke strategieën gebruikt Jerry Seinfeld om uitstelgedrag te verslaan en consistent kwaliteitswerk te produceren? Wat doet hij elke dag dat de meeste mensen niet doen?

Omdat te illustreren: volgend verhaal van opkomend komiek Brad Isaac die Seinfeld ontmoette ergens backstage in het comedy-circuit en hem vroeg naar tips voor een beginnend komiek.



Seinfeld antwoordde hem dat hij om een betere komiek te worden, betere grappen moest maken en de manier om betere grappen te maken was om elke dag te schrijven. Hij zei ook dat hij een grote muurkalender moest kopen met een heel jaar op één pagina. Die moest hij tegen een prominente muur hangen. De volgende stap was om een grote rode magische markeerstift te kopen. Voor elke dag dat Isaac zijn schrijftaak deed, moest hij over die dag een grote rode X plaatsen. Na een paar dagen heb je dan een ketting. Als je dan iedere dag (of afgesproken tijdstip) doet wat je jezelf beloofd hebt, dan wordt die ketting langer. Na verloop van tijd ga je die ketting graag zien, en is het je enige taak om de ketting niet te breken.

Het proces

Het lijkt een simpele truc, maar hij is wel effectief. De Seinfeld-strategie werkt omdat het helpt om de focus van elke individuele prestatie af te halen en in plaats daarvan de nadruk op het proces te leggen. Het gaat niet om hoe je je voelt, hoe geïnspireerd je bent of hoe briljant je werk die dag is. In plaats daarvan gaat het gewoon om 'de ketting niet breken'. Het enige wat je moet doen om deze strategie in je eigen leven toe te passen, is een agenda op te halen en je keten te starten.

Een waarschuwing

Er is één voorbehoud met de Seinfeld-strategie. Je moet een taak kiezen die zinvol is genoeg is om die moeite op te brengen. Je mag ze ook weer niet té moeilijk maken. Iedere dag 30 pagina's schrijven is onrealistisch en demotiverend. Iedere dag 1 pagina schrijven is wél haalbaar. En na verloop van tijd schrijf je er waarschijnlijk meer dan één.

Is dit nu de heilig makende genade? Nee, je moet ook nog inspiratie hebben. Een onderwerp waarover je wil schrijven. Een schrijfproces uitdokteren. Maar het is een begin. En een leidraad om je te motiveren.

Zo focus je op het schrijven van je boek

Er zijn ook tips die je kunnen helpen om dat schrijfproces te bevorderen.

1. Laat je niet storen

“Elke keer dat je wel gestoord wordt, kost dat aandacht en moet je opnieuw focussen. Dat kost tijd, het kan zelfs tot 50% langer duren om een taak af te ronden. Wil je in zo min mogelijk tijd een kwalitatief zo sterk mogelijk boek neerzetten, creëer dan schrijftijd waarin je niet gestoord wordt.”

2. Schrijfdagen

“Het kan helpen om op vaste tijdstippen te schrijven. Als je een drukke baan en nog enkele hobby's hebt, is het geraadzaam om vaste momenten in de week vast te leggen waarop je schrijft. Zelf werkte ik voor de krant toen ik mijn roman schreef. Vaak was ik pas om 21:00 uur thuis. Ik plande dan een uur met mijn echtgenote en ging dan tussen 23:00 en 01:30 uur aan de slag. Iedere dag. Zomaar snel tussendoor schrijven is veel minder effectief.”

3. Telefoon uit, autoreply aan

Je niet laten storen betekent ook dat je alle mogelijke impulsen van buitenaf vermijdt. Dus, zet je telefoon uit en sluit je e-mailprogramma. En zet al die geluidjes van sms, Whatsapp, e-mail enz. uit. Zij halen je enkel uit je concentratie.

4. Scheid het schrijven van het nadenken

Je kan niet schrijven en tegelijkertijd nadenken over je boek; Het helpt als je vooraf, bijvoorbeeld in de wagen, nadenkt over de volgende stappen in je schrijfproces of je verhaal. Voor sommige auteurs helpt het als je de verhaallijnen of de structuur van het boek op voorhand in steekwoorden op papier is gezet.

5. Las échte pauzes in

Pauzeren voelt misschien aan als tijdverspilling, maar dat is het niet. De tijd die je verliest met een pauze is namelijk kleiner dan het productiviteitsverlies als je doorgaat. Hoe vaak je moet pauzeren, hangt af van de taak. Voor focuswerk zijn tijdblokken van 90 minuten handig (of 45 minuten als het onderwerp je goed ligt). Voor het creatieve nadenkwerk kun je beter langer de tijd nemen. En ga in die pauze niet snel je telefoon of je e-mail checken. Pauze wil zeggen: relaxen, hoofd leeg maken, even een korte wandeling maken of een stuk fruit eten terwijl je naar een ontspannen stukje muziek luistert.

6. Sla goede ideeën op

Leuke ideeën voor een boek of een plotwending duiken soms heel erg spontaan en onverwacht op. Noteer ze dan ergens, want je loopt het risico dat je ze enkele uren later, of de volgende ochtend niet meer weet. Ik schrijf ook songs en lyrics voor mijn rockband. Ik herinner mij dat ik lang geleden 's nachts wakker lag en een fantastische tekst zich in mijn hoofd vormde. Ik schreef hem niet op en 's morgens was hij weg. Sindsdien ligt mijn telefoon (mag ook een notaboekje met



potlood zijn) naast mijn bed en spreek ik de zinnen die mij te binnen schieten in. Idem voor een melodie die plots opkomt.

Tenslotte wil ik er nog op wijzen dat je niet te streng voor jezelf mag zijn. En vergelijk vooral je eigen schrijfselen niet met succesauteurs. Dat zou hetzelfde zijn als een voetballer uit 1^{ste} amateur die zich vergelijkt met Eden Hazard. Niet doen dus!

Hier volgen nog enkele tips:

- a. Maak plaats in je hoofd
- b. Heb veel geduld. Een boek kost vaak een jaar of meer
- c. Denk na over je verhaal en je personages
- d. Gebruik echte dingen om te vertrekken: personages, plaatsen, gebeurtenissen
- e. Verzin problemen: een boek heeft een plot = een probleem nodig
- f. Neem je lezer mee naar de plekken waar je verhaal zich afspeelt. Goede

omschrijvingen van de omgeving, van de lucht, de warmte, de gebouwen
... Zorg dat
de lezer de zon, het zand onder zijn voeten voelt. Gebruik Google
Streetview om
bepaalde plekken waar je niet geraakt, te beschrijven
g. Gebruik cliffhangers op het einde van je hoofdstuk. Je zorgt ervoor
dat de lezer per se het volgende hoofdstuk wil lezen om te weten hoe
het verhaal verder gaat.
h. Blijf jezelf en tracht niet om succesauteurs na te apen.

In de volgende hoofdstukken kom op enkele van deze tips nog terug.

Verhaallijn: Je bent God in je eigen boek

Schrijven is vaak een zaak van de kip of het ei. Wat is er eerst: de uitgewerkte verhaallijn of het idee? Dat ligt volledig aan wie je bent als schrijver. Er zijn grosso modo twee types schrijver te onderscheiden: de gevoelsmatige en de gestructureerde schrijver.

Gevoelsmatige schrijver

Zelf ben ik een gevoelsmatige schrijver. Mijn thriller Schaak begon met één idee: drugs smokkelen via platenhoezen. Als muziekjournalist had ik constant te maken met platen (singels en elpees, we spreken over de jaren 80) en moest ik soms naar Londen voor interviews. “Wat zou het makkelijk zijn om drugs te verstoppen in de noppen van de binnenhoezen van de platen die ik dan terug meebracht, dacht ik toen. En dát werd het begin van een thriller van 360 bladzijden. Ik zette mij achter de computer, opende een pagina in Word en zocht naar een naam voor de muziekjournalist die de hoofdrol zou spelen? Rik Mallants was geboren en ik was vertrokken.

Muze

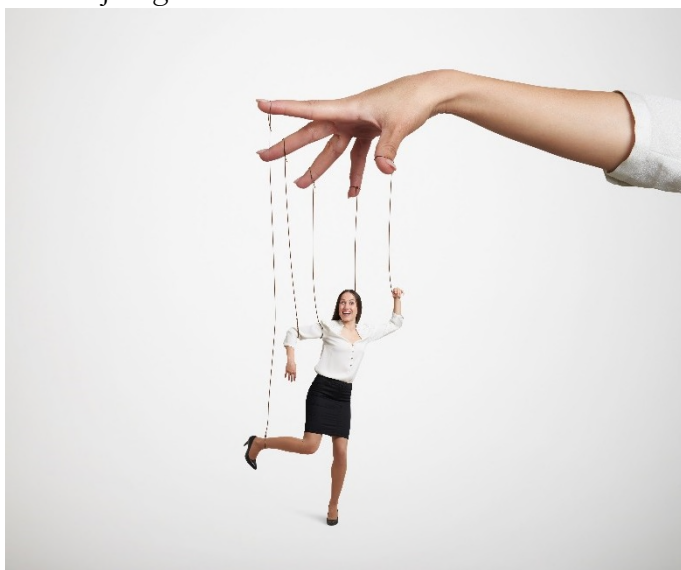
Een jaar later was het boek klaar. De inspiratie leek uit de lucht te komen. Iedere avond zette ik mij om 23:00 uur aan de PC en schreef tot 01:30 uur. Als ik de tekst dan nalas, stond ik soms verbaasd van mezelf. Kwam dát allemaal uit mijn, koker? Was het de muze? Ik weet het nog steeds niet. Ik weet wel dat het een spannende tijd was tijdens dewelke ik mij zeer goed geamuseerd heb. Maar ik ben dus een gevoelsmatige schrijver.

Gestructureerde verhaallijn

Het andere type is de gestructureerde schrijver. Hij of zij bedenkt een verhaallijn, een spannende plot, personages, zijverhalen en subplots, rangschikt die en begint ze dan met tekst te vullen. Pas als hij weet waar het verhaal heen gaat, begint hij te schrijven. Wellicht heeft dit soort schrijver op het einde minder moeite om het boek af te werken omdat men gewerkt heeft via een strak schema.

Jij bent God

Ik zou zeggen: open een tekstverwerkingsprogramma op je computer of tablet en schrijf je eerste zin of teken je plot uit. Maar vooral: beleef er veel plezier aan. Want dat is schrijven: plezier beleven aan de wereld die je schept. Jij bepaalt wie die wereld bevolkt, wat er met hen gebeurt. Jij trekt aan de touwtjes. Jij maakt hen gelukkig of ongelukkig. Jij bepaalt de verhoudingen. Kortom: je bent God in je eigen boek.



Personages moeten diepgang hebben

Een leuk, spannend boek begint met een goed verhaal. Je plot moet goed in elkaar steken, de lezer liefst verrassen en bij thrillers hem/haar soms op het verkeerde been zetten.

Maar even belangrijk zijn je personages. Zij zijn het die het verhaal dragen. Zij moeten sympathie of antipathie opwekken. De lezer moet zich met hen kunnen vereenzelvigen, moet van hem/haar houden of zich aan hem/haar ergeren. De lezer moet met andere woorden voeling krijgen met de figuren die in het boek meespelen.

Een “goede” is nooit 100% goed

Het is daarom belangrijk dat de personages mensen van vlees en bloed zijn. Beginnende schrijvers hebben soms de neiging om van de goeden échte “heiligen” te maken en de slechten af te schilderen als “baarljke duivels”. Maar dat werkt niet. De lezer voelt op zijn klompen aan dat het bordkartonnen personages zijn, clichés op benen. Niemand is echt goed of slecht. Zelfs bij Moeder Theresa of Donald Trump zijn er wel minder goede of slechte kantjes te vinden. En in Star Wars was Darth Vader niet helemaal slecht en Luke ook niet voor 100% onbesproken.



Zo'n vlak personage is ook niet interessant, niet voor de lezer, maar zeker niet voor de schrijver. Ik zeg altijd: "Wees God in je eigen boek". Wel, er is geen fluit aan om God te spelen over voorspelbare, vlakke mensen die geen duidelijke achtergrond hebben.

Complexe personages zijn interessant

In de eerste opzet van mijn thriller "Schaak" is Esther een van de hoofdpersonages. Ze werkt voor een platenmaatschappij. Het is een zelfstandige, kritische en strijdbare vrouw. Nadat het manuscript jaren in de kast gelegen had en ik het eens terug ter hand nam om het met mijn eigen uitgeverij uit te geven, merkte ik dat Esther niet echt boeiend was. Dat ik niet wist waarom ze de dingen deed die ze deed. Ik heb haar toen een achtergrond gegeven: een macho rijkswachter als vader die niet kon verkroppen dat zijn dochter geen braaf kostschoolmeisje, maar een wilde punkster was geworden. Diverse pakken slaag waren het gevolg, tot hij op een keer, dronken, haar kleren van het lijf scheurde en haar dreigde aan te randen. Haar broer greep op tijd in, en beiden verlieten ze het ouderlijk huis om al jong zelfstandig te gaan leven. Los van het feit dat het plezierig is om zo'n leven uit te denken, helpt het ook om het personage meer diepgang te geven zodat de lezer emotioneel meer betrokken geraakt. Want net zoals goed nieuws géén nieuws is (en als ex-journalist kan ik dat weten) is een doodbraaf karakter geen interessant personage.

Welke soorten personages zijn er

Je personages zijn de mensen die in jouw boek het verhaal dragen. Ze moeten interessant, boeiend en van vlees en bloed zijn. Allemáál? Nee, niet allemaal. Sommige personages komen maar zijdelings voor in het boek en hoeven geen uitgebreide omschrijving of achtergrond. Maak niet de omgekeerde fout zoals George R.R. Martin in zijn “Games of thrones” reeks. Daarin spelen op een bepaald moment zoveel families en uitgewerkte personages mee, dat je er als lezer de draad bij verliest.

Welke soorten personage zijn er?

Je kan ze grosso modo indelen in drie soorten: het dynamische personage, het statische karakter en het typetje. Een *type* is een personage van wie ofwel slechts één karaktertrek is gegeven ofwel



de karaktertrekken tot karikatuur zijn gemaakt. Hoe eenvoudiger de lectuur is, hoe meer er van typen gebruik wordt gemaakt. Ze komen bijvoorbeeld veel voor in sprookjes en kinderverhalen.

Een *statisch personage* is een personage van wie we weinig weten, meestal omdat het een bijfiguur is. De schrijver geeft hoogstens wat globale karaktertrekken, omdat meer voor het verhaal niet nodig is. Een dynamisch personage daarentegen is een personage dat we door en door lijken te kennen als het boek uit is. Zijn goede en slechte kanten komen aan bod, zijn gewoonten en liefhebberijen, zijn opvattingen en gevoelens. Om een dynamisch personage te scheppen is een uitgebreide handeling nodig, vandaar dat in korte verhalen de personages meestal tamelijk vlak zijn. Van een dynamisch personage wordt het innerlijk (gedachten en gevoelens) beschreven. Bovendien maakt hij/zij in de loop van het verhaal een zekere ontwikkeling door.

Maak een ID-kaart van je personages

Je begint als het ware met een identiteitskaart voor je personages te ontwikkelen, als het ware een lijstje met eigenschappen:

- Eerst voor- en achternaam
 - korte levensgeschiedenis tot op het moment dat het boek start: geboorte, opleiding, werk, hobby's, sport ...
 - dan het uiterlijk (haar, ogen, mond, neus, oren, gezicht, kleding, schoenen, accessoires);
 - dan innerlijk (karaktereigenschappen)
 - dan zijn/haar plaats in 't verhaal (conflicten, ontwikkeling).
- Indien het verhaal daarom vraagt kan je ook een soort stamboom ontwikkelen.

ID Kaart - Schaak

Rik Mallants

- *Hoofdpersonage*
- *35 jaar*
- *Gescheiden*
- *Vader van 2 kinderen*
- *Muziekjournalist HBVL*
- *Humeurig*
- *Geen harde werker*
- *Drankprobleem*
- *Geen held*
- *Blond – groot*
- *Beginnend bierbuikje*
- *Sociaal ingesteld*

Gebruik jezelf of familie/vrienden/kennissen

Omdat een dynamisch personage ontwikkelen niet simpel is, worden zij vaak geïkt op de schrijver zelf of op dat van mensen die de auteur goed kent. Dat scheelt in het verzinnen van dingen: ze zijn er gewoon, je moet ze enkel maar overnemen. Zorg wel dat het niet al te duidelijk is als je iemand gebruikt om je personage vlees en bloed te geven. Zeker niet als het de “slechterik” is. En vermeld op de colofonpagina: “Iedere gelijkenis met bestaande personen is louter toevallig”. Kwestie van je in te dekken.

Introduceer je personage

Als je de spelers in je plot hebt bepaald, is het de bedoeling om deze in je verhaal te introduceren. Dat betekent niet dat je het hele personage met al zijn kleine kantjes en karaktertrekken al op pagina één moet voorstellen. Integendeel. Het is voor de lezer juist interessant om gaandeweg het verhaal van het personage te ontdekken en hem of haar te leren kennen. Leg bijvoorbeeld uit waarom iemand op een bepaalde manier reageert, door de achtergrond van de persoon weer te geven.

Hoe creëer je de personages?

Interessante personages van vlees en bloed zijn een must voor ieder boek, zagen we in de twee vorige blogs. Maar hoe creëer je nu zo'n personage? Het is niet gemakkelijk om dat allemaal zomaar uit je mouw te schudden. En dat hoeft ook niet. Hieronder geef ik enkele tips om leuke personages te scheppen. Want je bent God in je eigen boek, weet je nog? Het is JOUW schepping.

Doe research

Je kan niet altijd alles weten over iemands leven of beroep. Als je specifieke beroepen of werk- en leefomgevingen gebruikt, doe er dan onderzoek naar. Als een van je hoofdpersonages een notaris is, dan moet je alles weten over het vak van notaris. Zoek er een op, interview hem over zijn beroep. Wie weet doe je nog inspiratie op voor plotwendingen of zijdelingse verhalen. Als je dingen laat gebeuren op een camping, in een hotel, in een stadhuis ... moet je wel weten hoe de zaken daar georganiseerd zijn, wat er allemaal gebeurt en zou kunnen gebeuren, hoe die mensen reageren. Als je er de politie bijhaalt, moet je wel precies weten hoe die reageren op de situatie die jij in je boek wil schetsen. Krijg je daarvoor wel een proces, riskeer je gevangenisstraf, hoe zit het met de enkelband enzovoort. Het maakt niet alleen je boek geloofwaardig, je beleeft er wellicht ook nog eens plezier aan.

Oefenen

Je kan je personage ook inoefenen om het zelf beter te leren kennen. Probeer eens enkele dagen als een reporter, een toeschouwer rond te lopen. Observeer de mensen om je heen en kijk naar hun

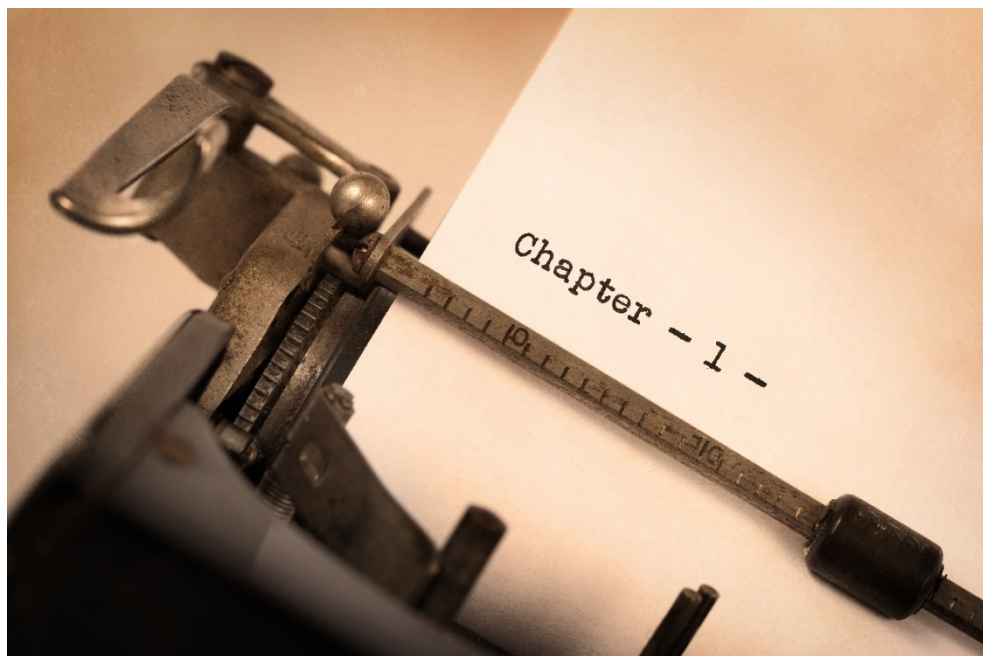
gebruiken. Hoe beweegt iemand zich? Hoe praat iemand? Hoe ruikt iemand? Terrassen zijn fantastische observatieplatformen. Ga – in je ééntje – een koffie of een pintje drinken en bekijk de mensen. Doe het wel niet te opvallend, want dan riskeer je rare reacties. Speel luistervink en luister naar de gesprekken om je heen. Kijk hoe mensen reageren op anderen en let op hun houding.

Vergrootglas

Denk eraan: een boek hoeft geen weerspiegeling te zijn van de hele werkelijkheid. Je hebt ook nog zoiets als de “dichterlijke vrijheid”. Tegen een waarheidsgetrouwe, reële achtergrond mag je de dingen wat opblazen. Met een vergrootglas schrijven. Een gevoel of eigenschap uitvergrooten werkt stimulerend bij het creëren van een personage. Neem bijvoorbeeld een slechte eigenschap van een persoon uit je omgeving in gedachten. Blaas deze op en bedenk wat er anders zou gaan in zijn of haar leven als dit deel van het karakter overheersend zou zijn. Het kan een boeiend uitgangspunt zijn.



Zo schrijf je het eerste hoofdstuk van je boek



Je wil een boek schrijven, je hebt al een idee waarover het zal gaan en je zet je aan je PC voor het belangrijkste van al je hoofdstukken: het eerste. Want in dit eerste hoofdstuk, op de eerste pagina en zelfs met de eerste zinnen moet je de lezer bij zijn nekvel pakken en hem niet meer loslaten. Hoe doe je dat? Door al meteen je verhaal te introduceren en te zorgen dat de lezer geïnteresseerd geraakt in het vervolg. Begin dus niet met een natuurbeschrijving of een beschrijving van je personage, maar keil je lezer direct het verhaal in. Lanceer je verhaalidee. Dat is het antwoord dat je zou geven op de vraag: 'waar gaat je verhaal over?' Dat gegeven is de reden dat de lezer jouw boek koopt: de tekst op de flaptekst sprak hem of haar aan. Wanneer je direct met je verhaalidee begint, voorkom je lange blokken informatie en uitgebreide introductions die de lezer niet wil en

niet nodig heeft.

Een goed voorbeeld is “De Oorsprong” van Dan Brown: *Terwijl de oude tandradlocomotief zich langs de duizelingwekkende helling omhoog klauwde, bekeek Edmond Kirsch de grillige bergtop boven hem. Het massieve stenen klooster in de verte was in een steile wand gebouwd en leek in de ruimte te zweven, alsof het op magische wijze was vastgemaakt aan de verticale klif.*

Dit tijdloze heiligdom in het Spaanse Catalonië had meer dan vier eeuwen weerstand geboden aan de nimmer aflatende zwaartekracht en was nooit afgeweken van zijn oorspronkelijke doel om de bewoners af te zonderen van de moderne wereld.

Wel ironisch dat ze nu de eerste zullen zijn die de waarheid te horen krijgen, dacht Kirsch, en hij vroeg zich af hoe ze zouden reageren. Historisch gezien waren mannen van God de gevaarlijkste op de wereld, vooral als hun goden werden bedreigd. En ik sta op het punt om een vlamme speer in een wespennest te smijten.

Deze korte alinea's geven de lezer een goed idee waarover de rest van het boek zal gaan. De protagonist is voorgesteld: Edmond Kirsch. Ook de antagonist zijn min of meer bekend: de kloosterlingen van het klooster of de Kerk in het algemeen. Zij zullen een episch gevecht aangaan met Kirsch om hun geheimen te beschermen voor de buitenwereld.

Dát zijn ingrediënten waarvoor iedere in thrillers geïnteresseerde lezer overstag gaat. En dat is precies wat jij ook moet doen in je eerste hoofdstuk.

Foreshadowing

Misschien heeft jouw verhaal wel een introductie nodig. Misschien wil je eerst de situatie van je hoofdpersoon laten zien voordat je zijn of haar leven overhoopgooit. In dat geval is het aan te raden om al wat hints te laten vallen door middel van foreshadowing. In mijn eigen boek Help! Mijn

engelbewaarder wil met brugpensioen situeer ik mijn hoofdpersonage en geef aan wat hij aan de hand heeft: *De koplampen werpen cilindrische bundels licht voor ons uit op het pikzwarte asfalt van de A2 richting Brussel. Vaag zie ik het landschap en de fabrieken langs mij heen schieten. Er is weinig verkeer. We hebben geen last van files. Ik heb deze weg al wel duizend maal afgelegd. Indertijd als muziekjournalist voor Het Belang van Limburg en Backstage Muziekmagazine op weg naar weer een interview in het obligate Brussel of een van de honderden concerten die ik heb mogen verslaan in Vorst Nationaal in Brussel, De Vooruit in Gent, de Manhattan of Het Stuc in Leuven of de Brielpoort in Deinze. En later naar klanten van mijn communicatiebureautje Consulting Media voor weer een vergadering, een interview of een fotoshoot. Maar dat was nagenoeg altijd overdag. Nu is het avond en ga ik niet naar een interview of meeting met een klant. Ik ben op weg naar het UZ Gasthuisberg in Leuven waar men binnen enkele uren mijn door cirrose en kanker geteisterde en falende lever zal vervangen door een donorlever.*

De lezer weet nu dat het hoofdpersonage journalist en copywriter is, dat hij leverkanker heeft en dat hij op weg is naar het ziekenhuis voor een transplantatie. Dat geeft voldoende elementen om nieuwsgierig verder te lezen.

Flaptekst

Om je al op weg te zetten kan het nuttig zijn om vanuit je idee en verhaallijn al de flaptekst van je boek te schrijven. Dat zal je dwingen goed na te denken over de plot en die in bevattelijke woorden uit te schrijven. Op die manier weet je de essentie en kan je die in je eerste hoofdstuk al aangeven.

De eerste zin

Bij de eerste scène hoort ook de beruchte eerste zin. Als je een verhaalidee helder voor ogen hebt en een sterke eerste scène hebt gekozen, dan zal een goede eerste zin makkelijker uit je vingers komen. Begin je tekst eens

met een stelling of inzicht of met een detail. Wees ook niet bang om te experimenteren, te herschrijven en het opnieuw te proberen. Misschien werkt een stuk verrassend dialoog beter dan een stelling of blik je vooruit naar het einde.

Afhaken

Het is essentieel dat je eerste hoofdstuk de lezer figuurlijk binnentrekt in je boek. Hij/zij moet onmiddellijk geïntrigeerd zijn door het verhaal dat er staat aan te komen. In deze snelle tijden heeft niemand nog het geduld om rustig in een boek binnen te vloeien. Je krijgt de tijd niet om op een gezapig tempo je personages voor te stellen en je verhaallijn uit te rollen. Vroeger zei men wel eens van een boek: “Je moet de eerste dertig bladzijden doorworstelen, maar daarna schiet het verhaal op gang.” Geloof me vrij: na de eerste twintig saaie bladzijden vliegt jouw boek aan de kant en is de lezer boos. Je riskeert dat hij/zij nooit nog een boek van jou ter hand zal nemen.

Writers block

Het is een veel gebezigde term: writers block. Vaak gebruikt door mensen die helemaal geen schrijver zijn en die willen aangeven dat ze vast zitten. In wat? Maakt niet uit. Maar een écht writers block is niet om mee te lachen. Je hebt een idee voor een boek, je werkt een plotlijn uit, de begint enthousiast aan je eerste hoofdstuk, je hebt al zo'n dertig bladzijden geschreven en plots gaat het licht uit. Geen inspiratie meer. Je staart wezenloos voor je uit naar dat lege scherm waar maar niets op wil verschijnen. Je verhaal ontwikkelt zich niet verder, je voelt de inspiratieloosheid over wát te schrijven. Uiteindelijk leidt dit tot gebrek aan motivatie en vreugde van de auteur. Dat boek schrijven, dat wordt nooit meer wat. Of toch wel?



Wat veroorzaakt een writers block?

Er kunnen verschillende redenen zijn voor een writers block: perfectionisme, uitputting, afleidingen of angst.

- **Perfectionisme**

We kunnen niet allemaal Aspe, Robert Ludlum, Steven King of Dostojewski zijn. Iedere voetballer begint met de idee de nieuwe Messi te worden, maar de meeste zullen een na een tijdje moeten toegeven dat het wat hoog gegrepen was. Besef dat de beslissing om een boek te gaan schrijven niet noodzakelijk uitmondt in een klassieker of bestseller. Anders is de kans groot dat je überhaupt niet begint. Het overkomt beginnende schrijvers redelijk vaak. Besef daarom dat een goed boek niet geschreven, maar herschreven wordt totdat het volmaakt is. Begin daarom zo snel mogelijk met het schrijven van een eerste versie. Zodra deze versie klaar is ben je al aardig op weg en heb je een goede basis waar vanuit je je boek verder op kan bouwen.

- **Uitputting**

Enthousiasme mondt soms uit in overdreven actie. Je bent begonnen aan een boek en het vlot zo fijn dat je wil blijven schrijven. Je kruipt constant achter je toetsenbord en werkt, werkt, werkt ... Maar ook jouw lichaam heeft ook z'n limiet – mentaal, fysiek, emotioneel... Als die bereikt is, dan functioneer je niet meer zoals het zou moeten of kunnen. Je hebt dan geen writers block maar bent gewoon oververmoeid. Las effe een rustpauze in zodat je geest en lichaam tot rust kunnen komen en er weer ruimte is in je hoofd voor creatieve ideeën.

- **Afleidingen**

De meesten onder jullie schrijven een boek als hobby. Dat betekent dat je dus een fulltime bezigheid hebt. En misschien teveel afgeleid wordt door de dagelijkse besommeringen van je werk. Of je gezinssituatie is zo dat je niet rustig kan werken zolang de kinderen niet in bed liggen. Je kan daaraan werken. Schrijf enkel wanneer de kinderen in bed liggen, zet

je smartphone eens enkele uren uit, werk in een tuinhuis, of pak de problemen of besognes die je storen aan en werk ze uit de weg. Het zal je gemoedrust geven zodat je weer vrij kan gaan schrijven.

- **Angst**

Veel schrijvers hebben angst om kritiek te ontvangen of het feit dat niemand echt geïnteresseerd is in hun verhaal. Angst is één van de grootste redenen waarom sommige schrijvers geen auteurs worden. Om uit deze writer's block te komen moet je je angst overwinnen. Je hebt niet veel te verliezen en van een beetje kritiek ga je gelukkig niet dood. Je bent ook niet de enige die hiermee worstelt. Veel succesvolle schrijvers worstelen ook continue met soortgelijke belemmeringen. Laat dit je vooral niet weerhouden. Het zal je verbazen wat een beetje moed allemaal voor je kan doen.

Een writers block overwinnen

De vraag nu is wat je kunt doen om uit een writers block te komen? Daar bestaan een aantal beproefde methodes voor:

- **Blijf vooral doorschrijven**

Ook al denk je dat je er niets van bakt en dat er geen zinnig woord op papier komt, blijf schrijven. Oefening baart kunst. Als je je pusht om iedere dag iets te (proberen) schrijven, krijg je vaak plotseling een doorbraak. Overdrijf je writers block ook niet. Probeer het eerst te analyseren, misschien merk je wel dat het allemaal zo'n vaart niet loopt.

- **Plan het boek schrijven**

Het kan helpen om structuur te brengen in je schrijven door bijvoorbeeld op vaste tijdstippen te schrijven. Sluit je op die momenten ook af van de rest van de wereld en probeer eventueel vaste routines uit. Start bijvoorbeeld met een kop koffie, stop na een half uur voor enkele

stretchoefeningen, orden je bureau zodat je tijd hebt om je gedachten op een rijtje te zetten, zet eventueel een zacht muziekje op de achtergrond

...

- Laat het los

Als geen van de voorheen beschreven strategieën werkt bij het boek schrijven, stop er dan even mee. Zet je werk even aan de kant en maak je hoofd leeg. Probeer je inspiratie ergens anders vandaan te halen in plaats van alleen maar te staren naar een blanco scherm. Creëer een opening of ruimte hiervoor en blijf vooral geduldig.

Wat kan je zoal doen?

- Maak een wandeling waar je nog nooit was
- Ga fietsen zonder
- Luister naar muziek (of bespeel zelf een instrument)
- Ga sporten
- Lees een boek
- Ga mediteren of doe yoga
- Probeer een nieuw kookrecept wat je al tijden wilt uitproberen
- Speel (lego, een puzzel, een video game..)
- Verander eens van omgeving (ga naar zee, bos of bergen)

Om het schrijfproces in gang te zetten kun je:

- Lees inspirerende quotes
- Zet een instrumentale playlist aan
- Doe research naar je boek (naar de setting of de historische context van je boek)
- Brainstorm met anderen voor ideeën: online of face-to-face. Start misschien een Facebookgroep om samen inspiratie te zoeken.
- Lees boeken die soortgelijk zijn aan degene die je zelf schrijft
- Koop een sta of ergonomisch bureau en probeer te schrijven terwijl je staat zoals Ernest Hemingway en Albert Camus deden!

- Wees comfortabel. Je moet je op je gemak voelen, investeer in een goede stoel die comfortabel is voor je rug.

Hoe schrijf je een succesvolle thriller

Wellicht is de thriller of de (politie)detective het meest gebezigde genre in de wereld van amateur schrijvers. Maar het is een moeilijk genre dat veel fantasie maar ook discipline vereist. Velen zijn geroepen, weinigen zijn uitverkoren. Maar we gaan toch proberen om je een zetje in de goede richting te geven door enkele bruikbare tips.

1. Begin met actie, leg het later uit

We schreven het al in het gedeelte over het 1ste Hoofdstuk: je eerste pagina is superbelangrijk omdat je de lezer je verhaal in moet zuigen. Maar overdrijf ook weer niet. Leg niet teveel uit. Je moet een spanningsveld creëren waarin de protagonist verzeild geraakt. Geef gewoon je lezer een reden om de volgende pagina te lezen. Zorg voor een conflict. Niet elke lezer heeft het geduld om ellenlange beschrijvingen over de setting te lezen.

2. Maak het je protagonist niet gemakkelijk

Je hoofdpersonage is je vriend niet. Je hoeft hem niet te ontzien. Zadel hem gerust op met méér dan één probleem. Maak hem ook niet te perfect. Perfecte hoofdfiguren zijn saai en duwen lezers van zich weg. Zorg dat je protagonist een mens van vlees en bloed is. Sympathiek, maar met kleine kantjes die hem in de loop van het verhaal parten kunnen spelen. Hoe meer problemen je hoofdrolspeler heeft, hoe beter. Onverwerkte trauma's, een slecht verleden, een uitzichtloze relatie ... Denk eraan: jij bent God in je boek, jij kan hem of haar alles aandoen wat je maar wil. Zorg ook voor een sterke tegenstander om het je protagonist zo moeilijk mogelijk te maken, zo maak je het conflict al een stuk spannender.

3. Zaai het vroeg, oogst het later

Presenteer niet op het einde nieuwe informatie aan de lezer. Integendeel, laat de lezer vanaf het begin af aan al meedenken. Zo voorkom je een deus ex machina op het einde, waarin opeens op geforceerde wijze alle losse eindjes aan elkaar geknoopt moeten worden.

4. Geef de protagonist het initiatief

Door de protagonist zélf voortdurend het initiatief te laten nemen, zorg je voor vaart in je verhaal. Zelfs als je ervoor kiest om een passieve antiheld te schrijven, moet je ervoor zorgen dat hij uiteindelijk ontwikkelt tot een initiatiefnemer. Zorg ervoor dat de lezer zich met het personage blijft identificeren.

5. Een hoge inzet

Zorg ervoor dat de protagonist zo'n straf probleem krijgt dat hij niet anders kan dan proberen het op te lossen. Maak er een emotionele zaak van, voer zijn familie in het spel, laat een aloude vriendschap op de proef gesteld worden, zorg voor een reële bedreiging van hemzelf of zijn dierbaren.

6. Geef de protagonist weinig tijd - en verkort die dan

Forceer dit gebod niet. Gebruik het alleen als de tijd daadwerkelijk een belangrijke factor in je verhaal is. Als dit het geval is, kun je de tijd waarin de protagonist moet handelen verkorten om de spanning te vergroten.

7. Kies je personage op basis van je eigen capaciteiten, net als die van hem

We schreven het al: veel auteur enten hun hoofdpersonage op zichzelf. Dat vereenvoudigt de research, en is gemakkelijker om een karakterschets te maken en het personage te laten evolueren. Misschien heb jij ooit problemen gehad in je leven, en kan je die een beetje uitvergroten.

8. Weet wat je bestemming is voordat je vertrekt

Het is gemakkelijk als je tijdens het schrijven al weet hoe het verhaal gaat eindigen. Op die manier kan je het hoofdpersonage af en toe op het verkeerde pad zetten zodat zijn “queeste” nog moeilijker en spannender wordt. Ook kan je al terechte of onterechte vermoedens opwekken bij de lezer.

9. Lees succesvolle thrillerauteurs

Door het werk van anderen te lezen kan je al een aantal technieken afkijken die je zelf ook kan gebruiken. Lees bijvoorbeeld boeken van Dan Brown, David Baldacci, Nicci French, Karin Slaughter, Tess Gerritsen, Henning Mankell, Stieg Larsson, Thomas Ross, Maj Shöwall & Per Walhöö, John Grisham, Tom Clancy, Thomas Ross ...

10. Schrijf niets dat je zelf niet zou willen lezen

Schrijf alleen een thriller als je zelf ook geïnteresseerd bent in het genre. Als jouw interesse bij een ander genre ligt, kies daar dan liever voor. De reden dat een thriller goed verkoopt kan niet je enige motivatie zijn om voor een thriller te kiezen.

Hoe zit een goede plot in elkaar

De plot is één van de belangrijkste elementen bij het schrijven. Daarin bepaal je welk verhaal je gaat vertellen. De plot bepaalt meestal of je boek een succes wordt of niet. We leggen de basisprincipes voor je uit.

Begin met het introduceren van je personages

Het is gebruikelijk om aan het begin van de plot, je verhaallijn, maar ook personages te introduceren. Je moet de lezer nieuwsgierig maken naar wat er verder allemaal gaat gebeuren, maar ook het belangrijkste personage of personages in het verhaal brengen. Niet door ze uitvoerig te beschrijven met blauwe ogen, blonde haren en een getaande huid, maar door al een hint te geven van het karakter. Zet het personage bijvoorbeeld in een voor hem kenmerkende situatie en laat hem daarop reageren. Geen woorden, maar daden dus.

Causale verbanden

Een plot is een aaneenrijging van gebeurtenissen die het hoofdpersonage overkomen. Zorg er echter voor dat er een causaal verband bestaat tussen die gebeurtenissen. Maak dat de ene gebeurtenis de andere in beweging zet die op zijn beurt weer de trigger is voor een andere gebeurtenis. En die moeten allemaal aaneensluiten tot een afgerond verhaal.

Ontwikkeling en conflict

Zonder conflicten heb je geen verhaal. En die conflicten kunnen van allerlei aard zijn. Het kan een moreel conflict zijn of een ontdekking, een ruzie, een moord, een aanslag, een brief uit een ver verleden, een

getuige die na jaren terug opduikt, een ongeval ... Je kan in je boek gemakkelijk meerdere conflicten uitwerken. Door die conflicten maakt de hoofdpersoon een ontwikkeling door: hij heeft een nieuwe kijk op zaken, zit letterlijk in een andere situatie of gedraagt zich anders dan aan het begin van de plot.

Originaliteit

Niemand houdt van herkauwd materiaal. Originaliteit is dus van groot belang. Het verhaal moet van JOU zijn, niet een zwakke kopie van een bestaand verhaal. Maar let op, als je al veel gelezen hebt, dan weet je dat de meeste verhalen al eens verteld zijn en dat de meeste plots al in boeken zijn verschenen. Het is aan jou om een nieuwe uit te denken of om er je eigen draai aan te geven. Vergelijk het met muziek: er zijn duizenden nummers geschreven met de akkoorden mi, la, re maar toch worden er met die drie akkoorden nog altijd liedjes gemaakt. Daarom worden schrijvers vaak aangeraden om veel literatuur te lezen. Bijna alle ideeën zijn al eens uitgewerkt door iemand anders, elk verhaal is al eens verteld. Wel kun je met bepaalde elementen aan de slag, als je er maar een unieke en verfrissende twist aan weet te geven.

De ontknoping

Zorg altijd voor een sterk einde. Als uitgever merk ik soms dat een auteur het boek kotsbeu was en er een einde aan, heeft gebreid om er vanaf te zijn. Die manuscripten gaan altijd terug met de vraag om het einde fatsoenlijk uit te werken. Het geeft geen pas dat de held op het einde op een mum van tijd alle punten met elkaar verbindt en de oplossing vindt. De lezer zal zich bedrogen voelen. En terecht! Er zijn overigens veel eindes mogelijk: een open einde, een gelukkig einde, een slecht einde, ga zo maar door. Welk einde je ook kiest, je lezer moet tevreden zijn. De ontknoping moet kloppen en een logisch vervolg zijn

op de ontwikkelingen in de plot. Tegelijkertijd moet het wel verrassen, een thriller waarin de lezer na twee hoofdstukken al kan weten wie de moordenaar is, is niet spannend.

Hoe schrijf ik een goede plot

1. Beschouw de plot als een avontuur

De plot is eigenlijk een fragment uit het leven van de hoofdpersoon. Zijn of haar reis van A naar B waarbij hij/zij vanalles meemaakt om tot de uiteindelijke ontknoping te komen: een liefde die dan toch beantwoord wordt, een conflict dat opgelost geraakt, een geheim dat ontrafeld wordt, een moordenaar die ontmaskerd wordt ... De plot bestaat uit keuzes van fragmenten die de schrijver maakt om aan de lezer te tonen. In die zin moet elk fragment dus noodzakelijk zijn in het verhaal.

2. De plot moet bij de hoofdpersonage passen

Zorg ervoor dat het karakter van je protagonist past bij het verhaal. Een introverte en timide jongeman laat je geen draken bestrijden. Of een enthousiaste en extraverte jongen in een droevig verhaal over de dood van een familielid. Tenzij je wel degelijk een uitstekend plot hebt. Vorm het juiste personage bij de juiste plot. Forceer de twee niet om samen te werken, maar laat ze beide beïnvloed raken door elkaar.

3. De plot bestaat uit een aaneenschakeling van conflicten

Als voormalig journalist weet ik dat goed nieuws géén nieuws is. Er zijn nooit zoveel kranten verkocht in België als met het Dutroux drama. Slecht nieuws, conflicten, rampen doen lezen. Dat kan je ook doortrekken in je boek. Er moeten grote emoties inzitten, de protagonist moet afzien, moet met zichzelf, de wereld, een antagonist in conflict geraken. Ieder hoofdstuk kan dus best een conflict bevatten, al is het maar een verscheurende keuze die het hoofdpersonage moet maken.



4. De hoofdpersoon slaagt pas op het eind

Een goed boek moet ook toewerken naar de oplossing, het einde moet verrassen. Geef de uitkomst van je plot ook niet te vroeg want dan zal de lezer ontgoocheld zijn. Een goed idee is om de lezer op het verkeerde been te zetten door aan te geven dat de oplossing voor de hand ligt om dan via een plotse plotwending het verhaal weer een andere kant uit te sturen. Je lezer zal op het puntje van zijn stoel zitten in afwachting van het echte moment van slagen.

5. De antagonist is net zo belangrijk als de hoofdpersoon

Zonder een antagonist, iemand die de hoofdpersoon dwarsboomt in zijn doel, is een hoofdpersoon niks. De antagonist is de voornaamste bron van conflict in een verhaal, omdat hij ook een doel heeft. Hierdoor komen ze

pal tegenover elkaar te staan. Dit komt het beste naar voren als de antagonist gelooft dat wat hij doet goed is.

6. Lezers willen verrast worden

Niets is zo erg als een voor de hand liggende plot. Als de lezer al op pagina 60 kan voorspellen hoe het gaat eindigen, zal hij het boek wegleggen. Een lezer wil verrast worden. Zowel positief als negatief. Aarzel dus ook niet om een vervelend trekje van je hoofdpersonage plots de plot te laten omgooien en het verhaal in een andere richting te sturen. Dit klinkt enigszins logisch, maar bedenk dat als lezers prettig verrast worden door je verhaal, ze het door zullen vertellen aan hun vrienden en kennissen. En niets is beter dan mond-tot-mondreclame.

7. Laat niets aan toeval over

Het is een algemeen bekend iets dat lezers een hekel hebben aan toeval. Ook al lijkt het nog zo realistisch dat een persoon toevallig iets meemaakt, in een boek lijkt het een gemakkelijke oplossing voor de schrijver. De lezer ziet dit en zal erop afknappen. Pad zeker op voor de deus ex machina want dat wordt zéker gezien als een gemakkelijksoplossing en zal de lezer irriteren.

8. Hanteer meerdere soorten conflicten

Conflict kan zich in veel vormen uiten. Denk aan innerlijk, persoonlijk en extern conflict. Alles wat jouw personages doen heeft gevolgen die soms bijzondere situaties opleveren. Als je deze conflictvormen op een natuurlijke wijze weet te verweven in je verhaal, ben je al een heel eind op weg.

Voordelen van een subplot

Een goed boek beschikt over een goede plot. Maar een goed boek kan ook méér omvatten dan het verhaal dat de protagonist van A naar B brengt. Je kan er verhaallijnen doorheen weven die het boek breder maken, het hoofdpersonage meer inhoud geven of het boek gewoon nog spannender maken. Die verhalen heten subplots. Een grote voorwaarde van een goed subplot is echter dat het effect heeft op de hoofdplot. Als de subplot niets doet met de protagonist of met de situatie, of de hoofdplot verandert, kan het meestal verwijderd worden. Dit zijn de 5 voordelen van een subplot.

1. maak je personages dieper en beter

Een goede plot is nodig, maar als het boek niets anders doet dan de protagonist van A naar B brengen, heb je vaak maar een dun boek en mis je de kans om je verhaal gevarieerder en mooier te maken en je hoofdpersonage (en eventueel ook de antagonisten) uit te diepen zodat de lezer er meer affiniteit mee voelt. Zo kan hij/zij verliefd worden, kunnen er feiten uit het verleden opduiken die het moeilijker maken om het doel te bereiken, kan een politieke crisis uitbreken die zijn weerslag heeft op het verhaal enzovoort. Zie het als de meeste series op televisie waar bijvoorbeeld politieagenten trachten een misdaad op te lossen, maar waar je tevens ziet hoe hun huiselijke situatie zich ontwikkelt. Hou altijd in gedachten dat als de lezer het personage niet kent, het hem ook niets zal uitmaken als er iets ergs met het hem/haar gebeurt.

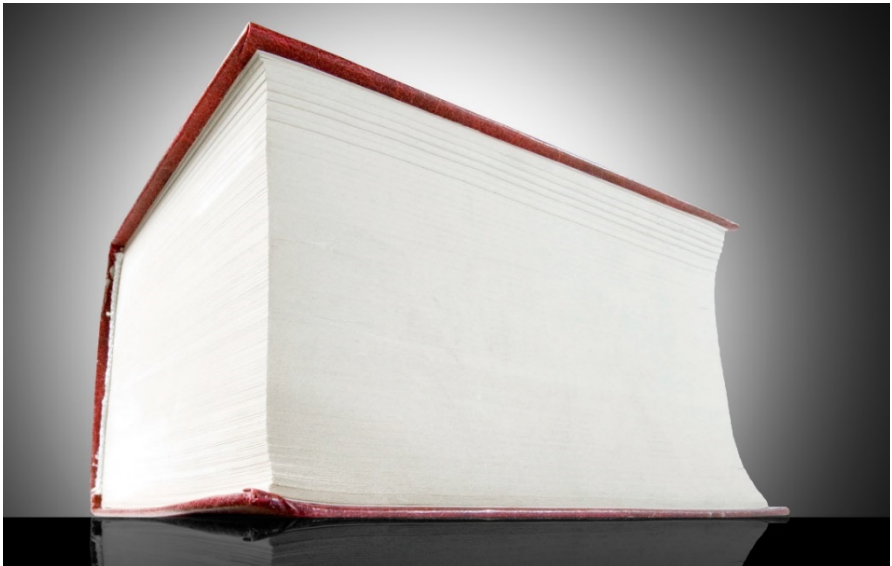
2. Subplots zorgen voor variatie

Subplots zorgen er ook voor dat je verhaal niet ééndimensionaal wordt. Een liefdesroman met enkel verliefden wordt al snel saai. Je kan er om de spanning wat op te voeren bijvoorbeeld de oppositie van de familie of een

bezwarend feit uit het verleden bij steken. Het helpt om het verhaal boeiender te maken. Andersom kan in een thriller het feit dat de rechercheur tegen een nieuwe liefde aanloopt af en toe voor een ontspannen moment zorgen dat een glimlach op het gezicht van de lezer tevoorschijn tovert.

3. Maak je verhaal groter en/of het boek dikker

Dit is niet van toepassing op schrijvers zoals Dostojewski of John Irving die altijd dikke pullen van boeken schrijven. Maar er zijn schrijvers, en jij bent er misschien zo eentje, die wel een goed verhaal bedenken, maar dat al in zo'n 80 pagina's verteld hebben. Dat is te weinig voor een écht boek. Subplots helpen je dus niet alleen om het verhaal gevarieerder te maken, ze zorgen er ook voor dat je boek een kritische massa krijgt.



4. Subplots helpen het thema naar buiten te laten komen

Veel boeken worden geschreven uit een noodzaak, het verwerken van en trauma, het vertellen van een life changing gebeurtenis, een politieke of morele overtuiging ... Dat kan een onderliggende boodschap zijn die je in een subplot kan verwerken. In mijn thriller Schaak vertel ik het verhaal van een journalist, zijn vriendin en enkele vrienden die terecht komen in een samenzwering tegen België. Het speelt zich af tegen de achtergrond van de Bende van Nijvel en in enkele subplots heb ik wel kunnen ventileren wat ik van de politiek op dat moment vond.

5. Subplots maken het verhaal realistischer

Door subplots te gebruiken die zaken uit je dagelijkse leven behandelen, wordt je verhaal een stuk realistischer en zorg je ervoor dat de lezer zich meer kan identificeren met een van de personages.

Privacy en auteursrecht

Op de vorige pagina had ik het over hoe belangrijk personages zijn voor je boek en hoe je ze kan vormen. Onder andere door levende mensen als voorbeeld te nemen.

Máár, je moet daar wel voorzichtig mee zijn. Er bestaat in België/Europa zoiets als een wet op de privacy die je verbiedt om zomaar iets over iemand te schrijven. Als je een bestaande persoon gebruikt om een figuur te creëren, of als je een bestaande persoon opvoert in je boek, zorg dan dat die mens dat wéét en zijn toestemming geeft. Schriftelijk! Anders dreig je toeren mee te maken zoals twee van mijn auteurs in het verleden die meer dan 100 gedrukte exemplaren uit de handel moesten halen en vernietigen. Bij de ene was het overduidelijk. Het boek ging over iemand die haar hele leven verdrukt was geweest door de familie en wiens neef seksuele avances had gemaakt. Ze had wel de namen van de personen veranderd, behalve die van één oom. En zo kon de link gelegd worden naar haar neef en de rest van de familie. Ouders en oom en tante furieus natuurlijk en boek uit de handel.

Disclaimer

Bij de tweede was het een verrassing. De vrouw schreef over mystiek en over engelen en vermeldde in haar boek haar zus die een hersentumor had en die dankzij de tussenkomst van de engel Gabriel genezen zou worden. Het was geenszins verkeerd bedoeld en de vrouw kwam er ook niet slecht uit. Maar de zussen lagen in ruzie met elkaar met een brief van de advocaat tot gevolg. Weg boek!

Wees dus voorzichtig als je een karakter creëert. Zet sowieso altijd de disclaimer “Alle personages in dit boek zijn louter fictief. Iedere

overeenkomst met bestaande personen is toeval.”

Auteursrecht

Een ander heikel punt waar je mee moet oppassen is het copyright, het auteursrecht. Je mag niet klakkeloos quotes of stukken tekst van iemand overnemen, zonder zijn/haar naam te vernoemen. En eigenlijk zou je toestemming moeten vragen. Als het gaat over algemene quotes van bekende mensen die je op het internet vindt, geldt dat uiteraard niet. Let vooral op met foto's. Men is vaak geneigd om foto's van het internet te plukken. Weet dat ook die foto's auteursrechtelijk beschermd zijn. Je kan dus niet klakkeloos een foto van het net plukken om bijvoorbeeld je cover te maken. Zorg ervoor dat je die foto(s) uit een officiële databank haalt en betaalt er voor. Het kost niet veel en je bent beschermd. De kans dat je gepakt wordt is misschien niet groot, maar als het gebeurd zijn de gevolgen niet te overzien. Zo had ik een klant van mijn communicatiebureau die bij een van zijn klanten een foto bestelde van een fantastische trap die hij in diens showtroom geplaatst had. De klant stuurt de foto's door, mijn klant gebruikt ze in twee advertenties, de fotograaf kwam erachter en eiste auteursrechten. De rechter veroordeelde mijn klant tot het betalen van 7000 euro copyrights!

De cover van je boek

Je boek is klaar om naar de drukker te gaan. Maar er moeten nog een cover en een back cover gemaakt worden. Het belangrijkste is uiteraard de cover. Dat is het visitekaartje van je boek. Een sprekende cover doet mensen naar het boek grijpen of er op het internet op doorklikken. Maar hoe maak je een goede cover?

1. Zorg voor een pakkende titel

Het eerste wat iemand leest van een boek is de titel. Die moet dus goed zijn. Hij moet de lezer pakken en nieuwsgierig maken, moet uitnodigen om het boek te willen lezen. Gebruik eventueel een subtitel die meer uitleg geeft over het boek. Zoals in mijn roman *Schaak*

– *Roman over een samenzwering tegen België*

2. Zorg voor een pakkend beeld

Er worden jaarlijks miljoenen boeken verkocht. Om op te vallen tussen al deze boeken is het noodzakelijk om een onderscheidend omslag te hebben. Ontwerp daarom een opvallende boek cover. Kies bijvoorbeeld voor een mooie illustratie of werk juist met een cleane cover waardoor de titel meer opvalt. Probeer niet krampachtig om het verhaal te vatten in de foto of illustratie. Soms is dat gewoonweg niet te doen en komt het totaal verkeerd over.

Let ook op met het gebruik van beelden uit een fotodatabank. Sommige populaire en dus mooie foto's zijn al ontelbare keren gebruikt. Het zou een negatief effect geven als jij ze ook nog eens gebruikt voor je cover.

3. Wees zorgvuldig met het kleurgebruik

De meeste boekcovers worden in kleur gedrukt. Het is belangrijk om hier rekening mee te houden in het ontwerp. Wat je wilt voorkomen is dat het kleurgebruik niet overeenkomt met de uitstraling die je jouw boek wilt geven. Gebruik bijvoorbeeld geen zwarte cover voor een liefdesverhaal of een bloemetjesillustratie voor een donkere thriller.

4. Lettertype

Ook het lettertype is van belang. Voor de cover gelden afwijkende 'regels' qua lettertypegebruik. Zoals de logica misschien dicteert, zou je denken dat dit altijd een duidelijk leesbaar font moet zijn. Juist bij de omslag is het van belang om niet 'dertien in een dozijn' te zijn en mag je best uitpakken met een afwijkende stijl die overigens niet altijd even leesbaar hoeft te zijn. Het lettertype van de titel moet passen bij het verhaal en een bepaalde gemoedstoestand opwekken bij de lezer. Bij een spannende thriller kies je voor een font met een dreigende uitstraling en scherpe contouren met kleuren die een bepaald gevoel oproepen zoals bloedrood. Voor een zoetsappige liefdesroman kan je juist weer positieve kleuren zoals roze en geel gebruiken en een lettertype met een hoge aaibaarheidsfactor kiezen. Op het internet zijn veel bijzondere - en gratis - lettertypen te vinden. Bijvoorbeeld via <https://www.urbanfonts.com/free-fonts.htm>.



5. Wees consistent

De voor- en achterkant van een boek moeten samen één geheel vormen. Wees daarom consistent en voer de uitstraling van de voorkant van je omslag door naar de achterkant van het boek. Zo zorg je ervoor dat jouw boek er professioneel uitziet.

6. Vergeet de ISBN-barcode niet

Wanneer je het ontwerp van je omslag klaar hebt, kan je er voor kiezen om op achterkant een ISBN-barcode te plaatsen. Dus een barcode van je ISBN nummer. Deze barcode wordt gebruikt om het boek te scannen. Plaats deze code op een witte achtergrond. Dat zorgt er voor dat de barcode makkelijk te scannen is. Probeer niet om de barcode creatief weg te werken. Voorkom dat de code niet gescand kan worden.



7. Cover en thumbnails

Online (bv www.satndaardboekhandel.be of www.bol.com) wordt je boek vaak gepresenteerd via een thumbnail van de cover. Zorg ervoor dat je cover ook in dat kleine formaat nog leuk en duidelijk overkomt. Probeer het zelf door je ontwerp te verkleinen naar zo'n 100 kB. Is de titel van het boek dan nog goed leesbaar?

8. Gebruik de juiste beeldresolutie



Voor het drukken van een boekomslag is een hoge resolutie nodig. Je wilt immers dat jouw cover van een hoogwaardige kwaliteit is. Een resolutie van 300 dpi is daarom al snel een vereiste. Vermijd internet afbeeldingen. De meeste foto's op internet zijn te klein en waarschijnlijk rust er copyright op. Je foto moet minimaal 1Mb groot zijn om een goed resultaat te verkrijgen. Groter is uiteraard beter.

Wat zet je op de achterkant van je boek?

Het plezierigste werk aan een boek is het schrijven en samenstellen van de achterkant. Het boek is dan immers af en je staat op het punt om het naar de drukker of om het ontwerp naar je uitgever te sturen. Maar onderschat het niet. De achterkant is zeker zo belangrijk als de cover, want áls iemand het boek vastneemt is het tweede wat ze bekijken (na de cover) de achterkant. Zo willen ze ontdekken waar het boek over gaat en of het iets voor hen is. Hieronder geef ik enkele tips om die achterkant zo professioneel mogelijk te maken.

Stap 1: goede foto

Zorg voor een goede pasfoto. Net als bij sociale media is die foto superbelangrijk omdat foto's iets uitstralen, iets zeggen over de persoon en bepaalde emoties oproepen bij de lezer. Als je je foto wil testen, ga dan naar [www. https://www.photofeeler.com/](https://www.photofeeler.com/). Je moet eerst zelf tien foto's beoordelen, maar daarna krijg je de commentaar van andere websitebezoekers. Let op, dit kan confronterend zijn. Plaatst de foto linksboven.

Stap 2: Leuke biografie

Mensen lezen graag boeken van leuke mensen of van mensen die iets meegemaakt hebben. Zorg ervoor dat je biografie geen droge opsomming van data en feiten is, maar dat de lezer en het juiste gevoel bij krijgt en je een interessant persoon vindt. Mijn biografie luidt tegenwoordig: “Dirk Hermans (1954) was leraar Nederlands-Engels, freelance muziek-, reis- en mediajournalist en succesvol copywriter toen hij besloot om nummer 1 van zijn bucketlist te

schrappen: een boek schrijven. Het gevolg is “Schaak”, een thriller over een muziekjournalist die verzeild geraakt in een drugtrafiek en een samenzwering tegen België. Naar aanleiding van zijn levertransplantatie schreef hij een tweede boek dat hij zelf uitgaf via zijn zelf opgerichte uitgeverij.”

Stap 3: Licht een tipje van de sluier op

Probeer de lezer te triggeren door een tipje van de sluier van het verhaal op te lichten. De lezer moet geïntrigeerd worden door de korte inhoud van het boek. Zorg dat je duidelijk schrijft waarover het gaat, maar verklap niets van de plot.

Stap 4: Onontbeerlijk

- Een blurb is een mooie uitspraak of aanbeveling van je boek door een bekend persoon of een zin uit een krantenrecensie (bij een tweede druk).
- ISBN en barcode
Onmisbaar als je je boek ook in de boekhandel wilt verkopen. Heb je een uitgever, dan regelt die dit voor je. Geef je uit in eigen beheer? Op internet vind je verschillende sites met een barcode-generator.
- **Naam van de uitgever** of, als je dat zelf bent, eventueel je website

"Help mijn engelbewaarder wil met brugpensioen" is de tweede roman van Dirk Hermans. Het is de kroniek van zijn leven. Een leven waaruit hij de belangrijkste gebeurtenissen en tendensen beschrijft aan de hand van flashbacks die hij heeft wanneer hij in het UZ Gasthuisberg op de operatietafel ligt, wachtend op een nieuwe lever. Parallel loopt het verhaal van zijn leverziekte, de angst, het lange wachten op een nieuwe lever, de operatie en het lange, moeizame proces van het herstel. Het boek is anekdotisch en filmisch geschreven, met veel gevoel voor humor en de nodige zelfrelativering



Dirk Hermans (01/07/1954) begon zijn loopbaan als leraar Nederlands, Engels en Geschiedenis. Na enkele jaren verzeilde hij in de journalistiek en vestigde zich als freelancer. Hij werkte als muziek-, reis-, media- en HR-journalist. Tegenwoordig is hij actief als copywriter,

journalist, schrijver, en uitgever bij zijn eigen bedrijf Vertelpunt.



9 789491 220227 >

www.vertelpuntuitgevers.be

We kunnen niet allemaal J.K. Rowling zijn

Er zijn heel veel mensen die een boek schrijven. Zeker nu de babyboomers steeds meer met pensioen gaan en tijd en ervaringen/herinneringen te over hebben. Maar ook jonge mensen voelen zich soms geroepen om hun inspiratie, verhalen of belevenissen aan papier toe te vertrouwen. Het is een ontwikkeling die ik enkel maar kan toejuichen, want naast boeken lezen om je taal te verrijken is schrijven ook een manier om je woordenschat uit te breiden, al was het maar omdat je dan actief op zoek gaat naar nieuwe woorden, synoniemen en uitdrukkingen.

Er is maar één J.K. Rowling



Een boek schrijven is een plezierig tijdverdrijf, stelde ik al enkele malen. Je kan je God in je eigen leefwereld voelen. En als het boek klaar is en in fysieke vorm op je bureau ligt, is een moment van

euforie wel gewettigd. Maar dan komt het: je boek moet in de verkoop, want je wil uiteraard dat zoveel mogelijk mensen jouw schrijfselen lezen. Dát is het moment waarop enige bezinning geen kwaad kan. Het eerste wat je NIET moet doen, is je spiegelen aan gevestigde auteurs zoals Deflo, Aspe, Lanoye of Brusselmans. De kans dat je deze verkoopcijfers haalt is gigantisch klein. Ook al zijn er – doorgaans kleine – uitgeverijen die je wel een grote verkoop voorspiegelen.

Grote uitgeverijen haken af

Ik noem met opzet kleine uitgeverijen omdat de grote hoegenaamd niet meer geïnteresseerd zijn in werk van amateurs. En al zeker niet van amateurs die een eerste boek uitgeven. De kostprijs voor een uitgeverij om een boek écht uit te geven is immers groot. Te groot voor de te verwachten verkoopcijfers van een beginnend auteur. Je moet rekenen dat een redacteur dágen spendeert aan het nalezen van je manuscript en met jou aan de slag gaat om het te verbeteren en klaar te maken voor de markt.

Marketingkost

Daarnaast is er de marketingkost om het boek onder de aandacht te brengen, de logistieke kost om de boeken in de winkels te krijgen en de vergoeding per verkocht boek die aan boekhandels betaald moet worden. Als je dan weet dat je met 3000 verkochte exemplaren al een succesboek hebt in België en dat een uitgeverij ergens tussen 1 en 3 euro per boek verdient, dan weet je het wel. Een uitgever zei me dan ook dat de kost de baat niet meer dekte en dat ze dus geen eigen fictiewerk meer uitgaven. Enkel nog buitenlandse succesboeken, werken van gekende Belgische auteurs en van Bv's.

Begin met 100 exemplaren

Dus ben je als beginnend auteur vrijwel zeker aangewezen op de kleine – vaak printing on demand – uitgeverijen. Daar is op zich niets mis mee, gesteld dat je je verkoopverwachtingen bijstelt. In een eerste kennismakingsgesprek met een nieuwe auteur stel ik altijd voorop dat als hij schrijft om geld te verdienen, hij/zij beter in de horeca aan de slag gaat. Daar valt véél meer te verdienen. Een tweede feit dat ik steevast op tafel breng is dat we starten met een druk van 100 exemplaren en daarna zullen kijken of er meer belangstelling is. Een herdruk heb je immers binnen de week. Want geloof me vrij, buiten je familie, vrienden, kennissen en je de mensen in je netwerk(en) zit er niemand te wachten op jouw boek. Je zal je kopers moeten overtuigen. De manier waarop behandel ik in het volgende hoofdstuk.



Maar ga er nu al maar van uit dat de verkoop beperkt zal zijn. Niet dat je er geld op zal toesteken.

500 is een uitzondering

Bij de 80 beken die ik al uitgaf is er geen enkele auteur die geld verloren heeft. Ze hebben er allemaal baat bij gehad. Sommigen enkele tientallen of honderden euro's, sommigen zelfs enkele duizenden, maar dat zijn de uitzonderingen. Toen ik zelf mijn eerste roman aanbood bij Boekscout in Nederland en vroeg naar de verkoopcijfers vertelden ze me dat de doorsnee verkoop lag tussen de 25 en 100 exemplaren en dat 300 verkochte boeken echt wel een uitzondering was. Bij Vertelpunt is 100 de minimum oplage en slaagt iedereen er in om die te verkopen. 300 boeken is ook nog haalbaar. Daarboven gaat het om auteurs met een immens netwerk of boeken die plots aanslaan bij een grotere groep, zoals het boek over een smokkelaar uit Lommel dat in de hele grensstreek met Nederland aansloeg en meer dan 1200 keer over de toonbank ging. Of mijn eigen boek "Help! Mijn engelbewaarder wil met brugpensioen" over mijn levertransplantatie dat dank zij

overmatige media-aandacht (alle kranten, TV Limburg, ROB TV, Dag Allemaal, Goedele op VTM) en mijn lidmaatschap van de Leuvens Levertransplanten meer dan 1200 keer verkocht. Of het receptenboek van een bakker met gigantisch veel klanten waarvan zo'n 1300 exemplaren aan de man gebracht werden. Maar doorgaans gaat het om 100 tot 200 exemplaren. Wat op zich ook niet mis is. Maar als je schrijft om er iets aan te verdienen, stop je er beter gelijk mee. Als je schrijft omdat je het leuk vindt of omdat je met een verhaal zit dat verteld moet worden: ga je gang. En denk er aan: geniet van het schrijfproces. Wees een God in je eigen boek.

Zelf je boek verkopen

Je boek is klaar en je wil dat mensen het lezen. Dus moet je het gaan verkopen. En dat is gemakkelijker gezegd dan gedaan. Want je bent misschien van nature uit geen echte verkoper. Hoe pak je dat nou aan, zélf je boek verkopen?

Kondig je boek aan via Facebook

Het kan geen kwaad om op voorhand interesse te wekken voor je boek. Dat kan door een Facebookpagina specifiek rond dat boek op te zetten. Daarin vertel je over de opzet, hoe je ertoe gekomen bent en je vertelt aan je volgers hoe het boek evolueert. Waarover gaat het boek? Vlot het schrijven goed? Zit je met een writers block? Geef af en toe al een glimp van het verhaal prijs. Zorg dat je volgers met je meeleven en de geboorte van het boek van het begin meemaken. Het vergroot de betrokkenheid en de kans dat ze het later kopen.



Officiële boekpresentatie

Als het boek gedrukt is doe je er goed aan een officiële boekpresentatie te geven. Je nodigt je Facebookvolgers, je familie, vrienden, kennissen, mede sporters ... uit op de voorstelling van je boek. Je maakt een lijst op van iedereen die je kent en die je een boek wil verkopen. Stuur hen een promomail (bij Vertelpunt doen wij dat) met info over het boek en nodig hen uit op de boekpresentatie. Vermeld er bij dat a) een gesigneerd exemplaar van het boek daar te koop is en b) dat wie niet kan het boek altijd kan bestellen via de geijkte kanalen (je eigen website/FB pagina, Standaard Boekhandel, Bol.com of www.vertelpuntuitgevers.be).

Misschien ken je wel iemand bij het gemeentebestuur of in de bibliotheek. Aan hem/haar kan je vragen of de gemeente (stad) of de bib misschien een boekpresentatie voor jou wil organiseren. Mijn ervaring is dat de meeste gemeentebesturen daarop ingaan. Ze zijn immers trots om een heuse auteur onder hun burgers te tellen. Vaak geven ze er ook nog een drankje bij op hun kosten. De presentatie kan dan plaatsvinden op een leuke locatie zoals het gemeentehuis of de bibliotheek.

Uitverkocht

De ervaring leert dat wie zich veel moeite getroost om zoveel mogelijk mensen naar die presentatie te krijgen, vaak ook veel boeken ter plekke verkoopt. Ik heb het enkele keren meegemaakt dat de eerste druk van 100 exemplaren al tijdens de presentatie uitverkocht was en dat er een bestellijst moest opgesteld worden.

Tip: vergeet niet voldoende kleingeld mee te nemen. Omdat de doorsnee prijs van een boek 19,95 euro is, moet je vooral briefjes van 10 en 20 euro voorzien. Muntjes van 5 cent zijn niet nodig. Niemand

vraagt 5 cent wisselgeld terug. ☺

Altijd op zak

Bericht achteraf uitgebreid op je Facebookpagina over de boekpresentatie en laat (opnieuw) weten dat wie niet aanwezig was, nog altijd een boek kan bestellen via de kanalen hierboven. Zorg er wel voor dat je altijd boeken bij de hand hebt: in je shopping- of aktentastas, in je fietstas, in de wagen ... Want het kan zomaar gebeuren (en het gebeurt, geloof me vrij) dat je iemand tegenkomt op straat of in de winkel en dat die zegt: “Oh ja, jij hebt een boek geschreven. Nou dat zou ik wel hebben willen kopen, maar ik kon toen niet.” Als je die onmiddellijk een boek onder de neus kan steken, kunnen ze niet meer terug. Niet echt fraai? Ach, business is business.



Je boek verkopen: online of via de boekhandel

Je hebt zelf al een pak boeken verkocht, maar er is vraag naar meer van mensen die verder weg wonen. Dan moet je verkoopkanalen gaan aanspreken. Het eenvoudigst is dat ze het boek bestellen via jouw e-mailadres of Facebookpagina. Als je bij Vertelpunt uitgeeft kan het ook via www.vertelpuntuitgevers.be. Dan krijgen ze het 's anderendaags geleverd. Een andere mogelijkheid is dat ze het boek bestellen via Standaard Boekhandel of via Bol.com. En je kan ze natuurlijk ook aan boekhandels aanbieden met de vraag om ze daar te verkopen.

Geen sinecure

De meest voor de hand liggende boekhandel in Vlaanderen is Standaard Boekhandel. Veel auteurs vragen mij of ik de boeken via Standaard Boekhandel wil verkopen, waarbij ze bedoelen dat hun boek in alle filialen te koop wordt aangeboden. Ik raad dat altijd af. Ten eerste moet je al aanvaard worden en dat is op zich al geen sinecure. De verantwoordelijke vertelde mij dat hij jaarlijks duizenden boeken krijgt aangeboden (in september, voor de boekenbeurs alleen al minstens 500) en dat hij die niet allemaal in de winkels kan leggen. Stel dat jouw boek hem toch overtuigt, dan heb je een volgend probleem want je moet dan 200 exemplaren afgeven in Sint-Niklaas die dan verdeeld worden over alle winkels. Maar die worden niet allemaal verkocht.

In de rek

Integendeel. Je verzeilt ergens onder een of andere rubriek in de muurkast. Want op de tafels van voor in de winkel liggen enkel de



boeken uit de Top 10. Het enige dat een winkelende klant ziet is de rug van je boek. Hij of zij moet dan al het oog laten vallen op jouw boek, het uit de rek halen, de achterkant lezen en beslissen of hij het interessant genoeg vindt om te kopen. Denk er wel aan, je ligt in concurrentie met nationale en internationale topauteurs en succesboeken. De kans dat je op die manier veel boeken verkoopt is vrij klein, zonet onbestaande. En dan moet je ook nog eens 48% van de netto verkoopprijs (= prijs zonder 6% BTW) afgeven aan Standaard Boekhandel.

Ik raad altijd aan van het boek te koop te stellen via bestelling in de boekhandel (titel en/of ISBN nummer opgeven) of via de www.standaardboekhandel.be. Voor een boek dat via die weg verkocht wordt, betaal je 30% van de netto verkoopprijs aan

Standaard Boekhandel. Die 30% is trouwens ook de gangbare fee voor alle boekhandels in Vlaanderen en Nederland.

Depotovereenkomst

Je kan natuurlijk zelf naar de dichtbij gelegen Standaard Boekhandels stappen en vragen of je er enkele boeken in depot mag neerleggen. Dat wil zeggen dat je na drie maanden enkel de verkochte boeken in rekening brengt en de rest mee terug neemt. Dat geldt overigens ook voor de andere boekhandels in Vlaanderen en Nederland. Het is best dat je dan ook vraagt of je een affiche in de winkel mag hangen met daarop publi voor jou boek en de vermelding “Hier verkrijgbaar”. Vermits het vaak om lokale auteurs gaat, wordt dat meestal toegestaan.

Leesexemplaar

Het kan helpen als je de boekhandelaar een leesexemplaar aanbiedt zodat zowel hij als de klanten op voorhand kunnen kijken welk vlees ze in de kuip hebben. Klanten in een boekwinkel gaan graag af op het advies van de verkoper. En het verkoopt makkelijker als de boekhandelaar het boek kent en de potentiële klant er voor kan warm maken.

Recht op retour

Omdat het om een niet gekend boek of een onbekende auteur gaat, zullen boekhandelaars niet snel geneigd zijn om een aantal exemplaren in te kopen. Stel daarom altijd een depot deal voor waarbij

jij een aantal boeken achterlaat die de boekhandelaar enkel moet betalen als ze verkocht zijn. Ze noemen dat recht op retour.

Zorg ook voor marketingmateriaal: een affiche, een boekenlegger, een display ... om je boek aan te kondigen is altijd meegenomen voor de boekhandelaar.

Geef een lezing of een workshop

Auteurs vragen vaak of ze een signeersessie moeten doen. Ik vind het veel gedoe om niets omdat je niet gekend bent en de mensen niet speciaal naar de boekhandel komen om jou te zien. Zeker niet als je al een boekpresentatie gegeven hebt.

Wat wel leuk kan zijn is een lezing of workshop geven over je boek. Als het onderwerp zich leent, kan je misschien een leuk verhaal vertellen rond dat onderwerp en dat betrekken op je boek. Als je een management- of spiritueel boek geschreven hebt, is een workshop altijd leuk om geïnteresseerden aan te trekken en eventueel een boek te verkopen. Zo heb ik zelf tal van lezingen gegeven over orgaandonatie naar aanleiding van “Help! Mijn engelbewaarder wil met brugpensioen” en over de Bende van Nijvel die voorkomt in “Schaak”.

Bijkomend voordeel: je boek krijgt extra aandacht in de winkel in de aanloop naar het evenement. Promoot vooral ook zelf het evenement via je eigen kanalen. Jullie zijn samen verantwoordelijk voor een succesvolle opkomst.

Online piekt

Steeds meer spullen worden online gekocht. Zelf merk ik dat het aandeel van Bol.com in de verkoop ieder jaar stijgt. Het is makkelijk, je hoeft het huis niet uit en je hebt het boek binnen twee dagen.

Bovendien moet je minder afdragen aan Bol.com dan aan Standaard Boekhandel. Tegenover de 30% van SB staat een korting van 1 euro en 15% van de verkoopprijs bij Bol.com. Wat de komst van Amazon gaat geven in België is voorlopig afwachten.



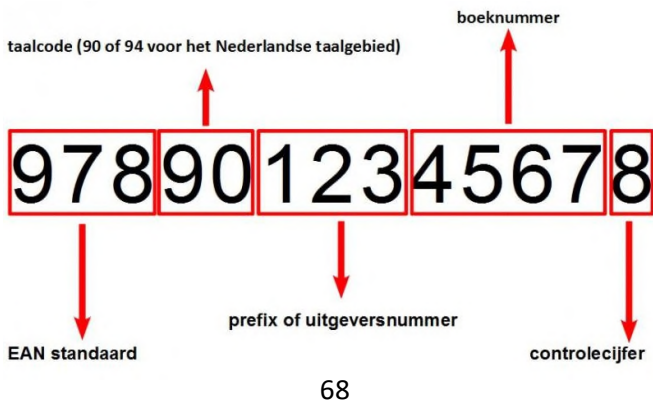
Wat is een ISBN en heb ik dat nodig?

Het ISBN (Internationaal Standaard Boek Nummer) is een unieke, wereldwijd gebruikte standaard voor de identificatie van boeken en aanverwante producten. De ISBN-standaard bestaat al sinds 1970 en wordt ondertussen in meer dan 150 landen gebruikt.

Heb ik een ISBN nodig?

Het doel van het ISBN is om elke titel die een uitgever publiceert snel en eenvoudig terug te vinden in databanken. Een ISBN is wettelijk niet verplicht, maar de toekenning van een ISBN aan een publicatie wordt sterk aanbevolen zodra je deze publicatie via een commercieel circuit (boekhandel, warenhuis, webshop...) beschikbaar wenst te stellen.

Indien je een e-boek uitbrengt dat door slechts één retailer in exclusiviteit wordt verkocht in een formaat dat enkel op zijn website kan gekocht worden (bv. Amazon Kindle, Apple i-bookstore) en de retailer vereist geen ISBN, dan is het niet noodzakelijk om een ISBN toe te kennen. Een ISBN bestaat uit 13 cijfers en 5 delen:



Soms worden tussenstreepjes of spaties gebruikt bij het weergeven van een ISBN, maar dit is niet nodig en maken geen deel uit van het ISBN. Een ISBN-)nummer aanvragen kost € 30.

Wat is het EAN-nummer, en waar verkrijg ik een barcode?

Het EAN-nummer is gelijk aan het ISBN, en wordt bij de ISBN-toekenning meegestuurd. Het EAN-nummer kan je gebruiken om een barcode te maken. Die barcode kan je aanmaken via het internet: <https://www.terryburton.co.uk/barcodewriter/generator>. Je moet dan gewoon je EAN-code ingeven. Bij Vertelpunt Uitgevers doen wij dat allemaal gratis voor jou. Een ISBN-nummer kan u alleen gebruiken voor boeken of boek gerelateerde producten.

Wat is een uitgeversprefix?

Het **uitgeversprefix** vormt de basis van een ISBN. Dit 'nummer' biedt aan de uitgever een "bereik" van ISBN's.

Als een uitgever bij een ISBN-aanvraag een prefix ontvangt, kan hij dit gebruiken bij de volgende ISBN-aanvragen. Wanneer het maximaal aantal ISBN-nummers gegenereerd is, is het uitgeversprefix uitgeput. Dat betekent dat de uitgever een nieuw uitgeversprefix moet aanvragen.

Hoe werkt Vertelpunt Uitgevers?

Hieronder volgt een overzicht van de taken en verplichtingen van auteur en uitgever

De auteur:

1. Levert een kant-en-klaar manuscript in Word.
2. Het manuscript mag géén schrijf- of spellingsfouten bevatten.
3. De auteur moet eigenaar zijn van alle intellectuele rechten van het manuscript.
4. De auteur stuurt het manuscript in Word op.

Vertelpunt Uitgevers:

1. verzorgt de lay-out van binnenwerk en cover.
2. doet eenmalig een check op spelfouten. Daarna ligt de verantwoordelijkheid voor eventuele schrijf- en/of spellingsfouten bij de auteur. Laat je boek op voorhand door enkele taalvaardige mensen nalezen. Mijn ervaring leert mij dat zelfs na drie of vier correctierondes nog fouten voorkomen.
3. geeft – indien nodig – redactioneel advies over de plot, de tijdlijn, de karakters, de schrijfstijl ...
4. geeft het boek uit.
5. zorgt voor een ISBN-nummer.
6. zet het boek in de eigen webshop
www.vertelpuntuitgevers.be.
7. zorgt dat boek verkrijgbaar is via bij Standaard Boekhandel, Centraal Boekhuis en Bol.com.
8. schrijft een persbericht en verstuurt dat naar kranten en

tijdschriften en naar de lokale pers waarvan hij via de auteur de e-mailadressen krijgt.

9. schrijft een promobrief die verstuurd wordt naar alle e- mailadressen die de auteur aanlevert.

10. zet het boek in de eigen nieuwsbrief

11. ontwerpt een verkoopaffiche die de auteur kan laten drukken.

Prijs:

- De auteur bepaalt zelf de verkoopprijs. Vertelpunt Uitgevers adviseert
- De auteur betaalt bij levering van de boeken aan Vertelpunt:
 - Uitkoopsom van € 5,00 (excl. 21% BTW) per exemplaar dat gedrukt wordt.
 - Aanvraag ISBN nummer = € 30
 - Drukklaar maken cover = € 30
 - De drukkosten: prijs afhankelijk van offerte (aantal, dikte, quadri of z/w...) maar ligt doorgaans tussen de 3,5 en 6,5 euro per exemplaar
 - Beide bedragen worden gefactureerd en zijn betaalbaar een maand na factuurdatum. Die ligt rond of na de datum van de officiële presentatie van het boek. Zodoende heeft de auteur voldoende tijd om de nodige gelden te verzamelen via de verkoop van het boek.

Creditnota

Het geld van de boeken die via de webwinkel van Vertelpunt, Standaard Boekhandel en Bol.com worden verkocht vloeit

integraal terug naar de auteur via een creditnota.

De prijs van het boek varieert:

- Webwinkel: verkoopprijs aan 100% (boek kost 19,95 euro in de webwinkel, de auteur ontvangt 19,95 euro)
- Boekhandels (inclusief Standaard boekhandel): de auteur ontvangt Verkoopprijs – 6% BTW – 30% vergoeding voor de boekhandel
- Bol.com: de auteur ontvangt Verkoopprijs – 1 euro – 15% vergoeding voor Bol.com – 4 euro verzendkosten. (verzendkosten worden bij verkoop telkens extra bij gerekend)



Contacteer ons

Overweeg je om een boek te schrijven, of heb je een manuscript (min of meer) klaar, contacteer ons dan. Wij kunnen adviseren over de volgende stappen die je moet/kan ondernemen. Als je manuscript af is, stuur het ons op (Word document) dan kunnen wij het lezen en beslissen of we het willen uitgeven.

dirk@vertelpunt.be

+32 475 655 847

www.vertelpuntuitgevers.be

Genres

Bij Vertelpunt Uitgevers geven we alle genres uit behalve kinderboeken en gedichtenbundels. In ons fonds zitten

- Documentaire boeken over cafés, kerkhoven, WOI...
- Etherische boeken over engelen, mediums, ...
- Romans
 - o Thrillers
 - o Chicklits
 - o Politiethrillers
 - o Detectives
 - o Liefdesverhalen
 - o Historische romans
- Waar gebeurde verhalen
- Autobiografieën



Dirk Hermans was leraar Nederlands-Engels-Geschiedenis, maar raakte na 20 jaar uitgekeken op het onderwijs. Hij besliste dan om van parttime naar fulltime journalist te switchen. Hij schreef freelance voor muziekmagazine Backstage, Jet Magazine, Touring Magazine en Het Belang van Limburg waar hij instond voor de muziek- en toeristische rubriek en de media volgde. In 1998 richtte hij het communicatiebureau aZOMedia op waar hij in 2007 vertrok om zijn passie voor het schrijven te volgen in het copywriting-bureau Vertelpunt. In 2018 nam dochter Marijke het bedrijf over en bouwde het uit tot een online advies- en marketingbureau. Dirk Hermans had intussen zijn eigen uitgeverij Vertelpunt Uitgevers opgericht waarvoor hij zelf zes boeken schreef en meer dan 80 boeken van amateur auteurs uitgaf.

In „De Magische Reis van Idee tot Boek“ bundelt Dirk Hermans al zijn ervaringen als schrijver, journalist en uitgever om beginnende auteurs te helpen om hun boek tot een goed einde te brengen. Hoe schrijf je een verhaal, hoe ontwikkel je personages, hoe geef je een boek uit, wat moet je met de cover, wat is een ISBN nummer ...?“ allemaal vragen waarop in begrijpelijke taal een antwoord geformuleerd wordt.

www.vertelpuntuitgevers.be

