

COLLECTIEF IN BOEKEN



MARIJKE HUISMAN

**C**OLLECTIEF  
**I**N **B**OEKEN

*150 jaar CB en het Nederlandse boekenvak*

Boom – Amsterdam

Foto omslag: Nieuw bakkenmagazijn CB (foto: Jord Visser)  
Vormgeving: Mijke Wondergem, Baarn  
Verzorging binnenwerk: Peter Tychon, Wychen  
Lithografie: Fred Vermaat, Wychen  
Druk en bindwerk: Wilco Printing & Binding, Amersfoort

© 2021 Marijke Huisman, Utrecht en Boom uitgevers Amsterdam

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Voor het overnemen van (een) gedeelte(n) uit deze uitgave in bijvoorbeeld een (digitale) leeromgeving of een reader in het onderwijs (op grond van artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting Uitgeversorganisatie voor Onderwijslicenties, Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, [www.stichting-uvo.nl](http://www.stichting-uvo.nl).

*No part of this book may be reproduced in any way whatsoever without the written permission of the publisher.*

ISBN 978 90 2443 152 6  
NUR 680

[www.boomgeschiedenis.nl](http://www.boomgeschiedenis.nl)  
[www.boomuitgeversamsterdam.nl](http://www.boomuitgeversamsterdam.nl)



## INHOUD

Inleiding 9

**1 ‘Een onzijdig middelpunt’:  
van Bestelhuis tot Centraal Boekhuis BV, 1871-1972 17**

*Democratisering van het lezen 18*

‘Toenemende leeslust’ 18

Boekhandelsbelangen: de VBBB 21

Het Bestelhuis 24

*Broeders in boeken 31*

Regulering boekhandelsverkeer 31

Centraal Boekhuis voor de erkende boekhandel 34

Collectief tegen de crisis 36

*Barsten in de broederschap 42*

Wederopbouw 42

Branchevreemde kanalen 44

De vaste prijs onder druk 48

Twisten rondom CB 51

Herstructurering 59

**2 Naar een ‘no nonsense’-boekenbranche, 1972-1990 63**

*Grenzen aan de groei 64*

Nieuwe zakelijkheid 64

Overproductie 68

Nieuwe media 69

‘Knelpunten in en rond de boekhandel’ 75

*Structuur Verbetering Projekt Boekenbranche 77*

Marktinformatie: de Uniforme Genre Indeling 77

Branche-informatie en automatisering 79

Gerichter marketing 83

Boeken op tv 85

*Distributie als knelpunt* 89  
    'Distributie is geen neutrale zaak' 89  
    Polarisatie door samenwerking 91  
    **HANS DE SAIN** (interview) 94  
    Distributie uit Depot en Distributie in Opdracht 96  
    Boekhandels in actie 97  
    De kosten van collectiviteit 101  
    **PIETER DE JONG** (interview) 102

### **3 Liberalisering en digitalisering, 1990-2009** 109

*Commercialisering* 110  
    CB: naar een 'normale' onderneming 110  
    Krimpemde boekenmarkt 114  
    Multimedia en schaalvergroting 117  
    Opnieuw polarisatie 122  
*Nieuwe spelregels in een oud vak* 125  
    De vaste boekenprijs en het erkenningstelsel 125  
    CB tussen traditie en commercie 130  
    Strijd om het Depot 132  
    **MAARTEN ASSCHER** (interview) 134  
*New Book Economy?* 137  
    Boek op Verzoek 137  
    Terug naar de klassieken 140  
    Internet 143  
    **GENEVIÈVE WALDMANN** (interview) 144  
    Bol.com 148  
    **HUUB VERMEULEN** (interview) 152  
    Boekinformatie: het nieuwe goud 155

## **4 Vernieuwing door crisis, 2009-2015** 161

*Bloeiend CB* 163

Diversificatie 163

Dividendbeleid en governance 166

*Digitale doorbraak* 169

eBoekhuis 169

Apple en de spagaat van CB 171

*Voorbij de traditie* 173

Het nieuwe uitgeven 173

*Boekhandel van de toekomst* 177

Selexyz: einde van de totaalboekwinkel 177

**PAULIEN LOERTS** (interview) 180

Polare: terug naar de toekomst 184

**ERIK VAN DOORN** (interview) 194

## **5 Klaar voor de toekomst, 2015-2021** 197

*Afstemming vraag en aanbod* 198

Analytics 198

**DANIËL VAN DER MEER** (interview) 200

PoD 204

**JEROEN KUERBLE** (interview) 206

*CB 2030* 208

Groeiambities 208

Kopen en lenen 210

**AD PEEK** (interview) 212

Sneller en slimmer 214

*Balans en perspectief* 222

Verantwoording 227

Lijst van afkortingen 231

Noten 235

Bronnen 257

Literatuur 258

Herkomst illustraties 264

Register 267







## INLEIDING

Boeken zijn meer dan dingen. Sinds de uitvinding van de mechanische drukkunst leeft het boek als metafoor waarmee mensen de wereld en hun eigen bestaan begrijpen. Dat blijkt uit zegswijzen als ‘het boek der natuur’, ‘mijn levensboek’ of ‘een nieuw hoofdstuk beginnen’.<sup>1</sup> Boeken zijn bovendien verweven met idealen over vrije uitwisseling van kennis en cultuur in een zogenoemde Republiek der Letteren.<sup>2</sup> Die kreeg in vroegmodern Europa concreet gestalte als een netwerk van geleerden die in het Latijn met elkaar correspondeerden, maar in de loop der tijd eisten meer mensen toegang. De politieke idealen van de Verlichting zijn verweven met de ontsluiting van kennis en cultuur in encyclopedieën, boeken, tijdschriften en kranten. Toegang tot gedrukte media geldt zelfs als cruciale voorwaarde voor de emancipatie van onderdanen tot burgers.<sup>3</sup> Via de publieke opinie gaven en gaven burgers verder vorm aan de moderne democratie – met grondrechten als de vrijheid van meningsuiting en de vrijheid van drukpers.

In de praktijk bleven boeken lange tijd een luxe, voorbehouden aan mensen die de kans kregen om te leren lezen en genoeg geld en tijd hadden om in boeken te neuzen. In de moderne tijd voltrok zich echter een ‘leesrevolutie’.<sup>4</sup> Die is moeilijk exact te dateren. Sommige historici plaatsen deze culturele revolutie in de achttiende eeuw, andere in de negentiende of pas de twintigste eeuw. Langzamerhand democratiseerde het lezen; meer mensen kregen meer toegang tot meer boeken en ander drukwerk. Dat betekent niet dat er ooit een gouden eeuw is geweest waarin iedereen altijd las. In de twintigste eeuw kon vrijwel de totale Nederlandse bevolking lezen, maar leesonderzoek wees telkens opnieuw uit dat circa een derde niet of nauwelijks las – hoe toegankelijk en goedkoop boeken ook werden.<sup>5</sup>

Boekenvakkers klagden al zeker een eeuw dat er te weinig wordt gelezen, en natuurlijk: verkocht. Tegenover die klachten staan minstens zoveel pogingen het tij te keren. In de jaren tussen de wereldoorlogen bijvoorbeeld startten uitgeverij en boekverkopers de Collectieve Propaganda voor het Nederlandse Boek (CPNB). In de loop der tijd volg-