

De AKO-prijs voor uw school?

Het uitgeven van een school-eigen boek

Dat het lezen van een boek een groot avontuur kan zijn, weten we allemaal. Dat het uitgeven van een boek een nog groter avontuur kan zijn, heeft de auteur van dit artikel zelf ervaren. Twee jaar geleden schreef Angelika Rath een sprookje dat gebaseerd was op werkelijke personen en gebeurtenissen rond de Utrechtse basisschool De Beiaard. Leerlingen, ouders en leerkrachten reageerden zo enthousiast op het verhaal, dat ze besloot het als boekje uit te geven. Het kinderboek *Het monster van het blauwe paleis* ligt nu in de (kinder)boekwinkels te koop. Heeft u er wel eens aan gedacht om teksten, geschreven dóór of vóór uw leerlingen, te bundelen en als boek uit te geven? Het kan een uitdaging zijn om leerlingen in het voortgezet onderwijs te betrekken bij het uitgeven van een eigen boek. Hoe ontstaat een boek en wat komt er allemaal bij kijken? Misschien helpen de onderstaande ervaringen en praktische tips degene die zin heeft in een avontuur.

In den beginne...

In den beginne was onze schoolkrant. Gerund door enthousiaste ouders van de basisschool De Beiaard in Utrecht. In het laatste nummer van het schooljaar 95/96 publiceerde de redactie een sprookje dat ik de school op-het-lif had geschreven - bij wijze van afscheidscadeau. Mijn dochter Vania zou overstappen naar het voortgezet onderwijs. Personen, gebeurtenissen, voorwerpen uit haar eigen school maakten deel uit van *Het monster van het blauwe paleis*, een verhaal over Koningin Ina, haar kleine onderdanen en het gruwelijke stinkmonster, dat schuilt in de wc's van de kinderen.

Wie hun waterplaatsen betrad tuimelde achteruit, verslagen door de zure adem die het ondierverspreidde. Je hapte naar lucht, maar je longen schroelden dicht. Je werd duizelig en zag rode vlekken voor je ogen. De adem maakte je misselijk en ziek.

Als het monster eruit zag zoals zijn adem rook, dan moest het afgrijselijk zijn. Dan moest het klauwen hebben als roestige mestvorken en de muil van een rottende walvis ... (Raths 1998, p. 5)

Alle pogingen het ondierv te verdrijven mislukken, tot de dag dat de kinderen hun lot in eigen hand nemen. Dankzij hun inventiviteit en moedige samenwerking, lukt het hun het monster te verslaan.

De reacties van leerlingen en ouders waren zo enthousiast dat wij op het idee kwamen om het sprookje als boek uit te geven en daarmee ook voor komende leerlingen te behouden. Ik ben toen uit gaan zoeken hoe dat zou kunnen.

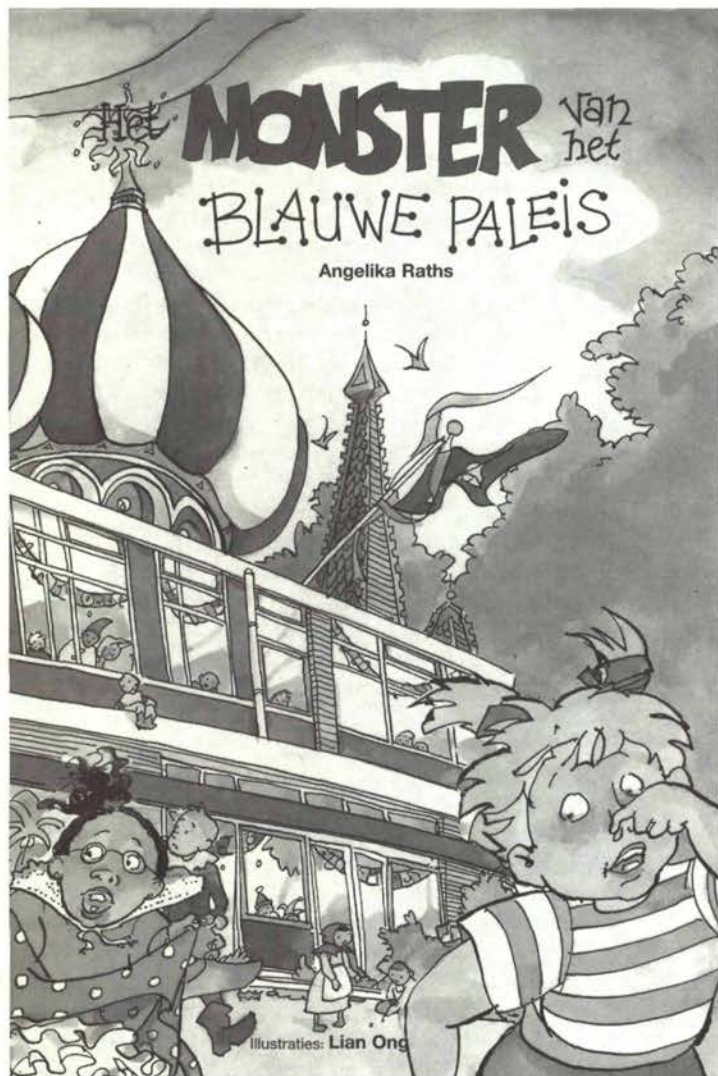
Wens en werkelijkheid

In eerste instantie heb ik enkele uitgeverijen gepolst of zij kans zagen het sprookje uit te geven. Sommige waren best gecharmeerd van het verhaal, maar vonden het te sterk toegesneden op De Beiaard om het op brede schaal in productie te willen nemen. Wel moedigden ze mij aan om het in eigen beheer uit te geven.

Toen begon mijn zoektocht naar een vormgever die ervaring had met kleinschalige projecten en mij kon informeren over de kosten van een dergelijke onderneming. Via, via vond ik uiteindelijk het sympathieke twee-mens-bedrijf The Store of Images in Culemborg - ik viel al voor de naam, geloof ik - dat precies voldeed aan de nodige voorwaarden: vakkundig, enthousiast en met een flinke portie idealisme. De kosten zouden zeer afhankelijk zijn van uitvoering en formaat. A5, groter, kleiner, horizontaal, verticaal? Hoeveel pagina's? Wat weer afhangt van lettertype en opmaak. Illustraties? Zo ja, hoeveel? Zwart-wit, één steunkleur, twee, full-color? Kwaliteit papier en omslag? Manier van binden: nieten, naaien, plakken? Het susde in mijn oren. Met geduldige uitleg en voorbeelden raakte ik wegwijs in het abracadabra.

Een voorbeeld. Een professioneel ogend boekje, zwart-wit met een flexibele kaft in een oplage van 200 zou ongeveer f 3.500 kosten, exclusief BTW. Niet niks. Even slikken. Mijn droom, een harde kaft, kon ik wel vergeten. Bovendien zouden er daarvoor waarschijnlijk ook te weinig pagina's zijn.

Omdat het een boek voor basisschoolkinderen zou worden, moesten er zeker illustraties in. En minstens de omslag in kleur. Betekende: een paar honderd gulden er bovenop. En dan hadden we nog geen tekeningen. Tekeningen van de kinderen zelf wilde ik niet - bij het maken van de schoolkrant hadden wij gemerkt dat leerlingen die vaak niet wisten te waarderen (misschien te 'verwend' door alle hyper-gestylde-media-producten?). Bovendien moesten personen, schoolgebouw en -interieur herkenbaar zijn - dat was nou juist de lol van dit verhaal. Kortom een taak voor



een professional. Ik ging in onderhandeling met een illustratrice, Lian Ong, met wie ik al eens plezierig had samengewerkt en die kindgericht en sfeergevoelig zou kunnen werken. Zij zou natuurlijk betaald moeten worden.

Na een schatting van de te verwachten overhead-kosten (telefoon, porto etc.) kwam de begroting uit op een totaal van ongeveer f 8.500 wederom exclusief BTW. Nog eens slikken. Misschien was het toch niet haalbaar.

Money, money, money...

Ondanks talloze telefoontjes lukte het niet een onderwijsinstelling tot financiële steun te bewegen - niet landelijk, niet provinciaal, niet regionaal. Culturele zaken, provinciehuis, IKV gaven niet thuis. Ik ging op zoek naar sponsors. Dat de bedragen die plaatselijke winkeliers kunnen bijdragen, te laag zouden zijn om zoden aan de dijk te zetten, wisten we uit schoolkrantervaringen met adverteerders. We moesten het hogerop zoeken. Een lange weg. Voorwaarden: een projectplan schrijven (doel, opzet, financieringsplan) en het schoolbestuur winnen voor een bijdrage, anders maakt een aanvraag bij fondsen weinig kans.

Laat ik er duidelijk over zijn: de financiering vroeg veel tijd en frustratietolerantie. Om dit op te bren-

gen, moet men er lol in hebben om 'zielen te winnen' (op zich iets waar een leerkracht dagelijks mee bezig is, tòch?). Elke keer proberen de presentatie van het project aan te passen aan de (vermeende) belangen van de potentiële sponsor. Leuk om daarbij in contact te komen met mensen die ik anders nooit zou hebben ontmoet (en er zaten een heleboel aardige bij).

De grote industrie heb ik niet weten binnen te halen. Velen vroegen meteen naar de oplage. Dan blijken 500 exemplaren volstrekt oninteressant. Banken sponsoren liever grote projecten die zorgen voor lucratief mediageroffel. Wèl aanspreekbaar waren een bouwbedrijf, architecten- en interieurarchitectenbureaus, notariskantoor, Rotary, makelaardij, een mooie speelgoedwinkel, een autodealer en - met veel overredingskunst, in reminiscentie aan het thema van ons boek - een schoonmaakbedrijf. De fondsen waarmee ik te maken kreeg, werkten op een plezierige manier professioneel: zorgvuldige benadering, heldere regels. Uiteindelijk hebben wij flinke steun gekregen van de Stichting K.F. Hein Fonds, Elise Mathilde Fonds en Carel Nengerman Fonds (allen gericht op regio Utrecht).

Een interessant fenomeen deed zich voor: ik rook niet, ik drink niet, ik gok niet, maar de werving van gelden werd een soort verslaving. Toen de minimumbegroting gedekt was, dacht ik: nog één, dan stop ik. En na die ene dacht ik: nog één dan. En daarna: nog ééntje... Vanaf een gegeven moment rekende ik alleen nog in illustraties: elke f 500.- betekende een full-color tekening meer.

Waren mijn plannen in het begin heel bescheiden, hoe verder ik kwam hoe kleurrijker mijn visioenen werden. Zelfs de harde kافت kwam weer in zicht. Het eindbedrag van mijn wervingsactiviteiten geeft een indruk van de ernst van de verslaving. Uiteindelijk hadden wij voor ons 'Monster', inclusief de verwachte inkomsten uit de verkoop, een budget van bijna f 19.000 ter beschikking. Daarmee konden wij een oplage betalen van 750 exemplaren met maar liefst 16 illustraties, waarvan zeven in schitterende kleuren en - jawel - een stevige, harde kافت! Het ziet er prachtig uit. Zo kostbaar hoeft het natuurlijk helemaal niet altijd te zijn. Voor leerlingen in het voorgezet onderwijs zijn kleurillustraties en een harde kافت van ondergeschikt belang.

Het vinden van sponsors heeft meer dan een jaar gekost. Er gingen zeker 100 brieven overheen en dubbel zoveel telefoontjes. Haakt u al af? Niet doen. Met de ervaringen van nu kan het, denk ik, efficiënter.

Enkele tips voor de financiering

- Onderwijsinstanties geven meestal geen geld aan individuele scholen.
- Banken, industrieën en winkelketens zijn alleen geïnteresseerd in grootschalige activiteiten die veel publiciteit trekken.
- Met rommelmarkten, sponsorlopen, veilingen kunnen oudere leerlingen zelf geld verdienen.

- Raadpleeg het Fondsenboek (bibliotheek). Nooit geweten dat er in Nederland zoveel fondsen bestaan. De kunst is de fondsen te vinden die passen bij uw project. Dat hangt o.a. af van de kenmerken van uw school (achterstandswijk?) en de regio.
- Sommige fondsen vergaderen maar enkele keren per jaar. Tijdig aanvragen!
- Fondsen geven alleen geld als de school zelf ook mee betaalt. De toegewezen bedragen zijn uiteraard afhankelijk van de totaalkosten en liggen tussen de f 500 en f 2.000.
- Heeft een fonds zijn medewerking toegezegd, informeer dan of zij zelf nog andere fondsen kennen met vergelijkbare doelstellingen.
- Benader de goed verdienende middenstand. Informeer met welke bedrijven uw school connecties heeft.
- Persoonlijke telefoongesprekken werken vaak beter dan een brief.
- Ga bij sponsorbedragen uit van een minimumbedrag (bij ons f 100.-), want elke sponsor kost tijd (correspondentie: nota voor de belasting, aanmaning van betalingen, bedankbrief etc.).
- Elke sponsor in het boek vermelden. Voor een extra bedrag wordt het logo afgedrukt (kost uzelf niets meer).
- Overheadkosten (porto, telefoon) niet onderschatten en opnemen in de begroting.
- Alles wat met geld te maken heeft schriftelijk afhandelen en goed, systematisch bewaren.
- Voor het project een eigen rekening openen. Dat houdt de financiën overzichtelijk.

Ons boek is uiteindelijk voor iets meer dan de helft door sponsors betaald, de andere helft komt uit de opbrengst van de verkoop van het boek. Het schoolbestuur heeft een rentevrije lening verstrekt om alle rekeningen op tijd te kunnen betalen. De lening hoeft alleen te worden terugbetaald bij winst uit de verkoop. Een geruststellende constructie. De eerste helft van de lening is onlangs overgemaakt.

De metamorfose

Ooit gehoord van 160 grams Biotop, opdikkend 0.13? Ik niet. Een kijkje in de vormgevers-keuken opent werelden, terwijl wij toch dagelijks boeken en drukwerk in handen houden. Lettertype, papierdikte en -kleur kunnen de sfeer van een boek wezenlijk bepalen, heb ik geleerd. Een openbaring voor leerlingen, lijkt me, om betrokken te worden bij alle beslissingen die tijdens zo'n productietraject genomen moeten worden. Proefdrukken, correcties. Elke keer ziet de tekst er weer anders uit. Spannend.

De vormgever had het speelse idee om de letters van ons boek, passend bij de titel, donkerblauw te drukken. staan de voornamen van alle leerlingen in alfabetische volgorde op de schutbladen vermeld. Het succes van deze actie bleek overweldigend. Een mooie en originele vondst. Om de betrokkenheid van onze leerlingen met dit boek te bevorderen – doel was dat zij het gingen beschouwen als 'hun' boek – staan de voornamen van alle leerlingen in alfabeti-

sche volgorde op de schutbladen vermeld. Het succes van deze actie bleek overweldigend.

Welke manier van binden heeft welk effect en kost hoeveel? Wat is het goedkoopste formaat? De technisch geïnteresseerden kunnen in deze fase hun hart ophalen. Een boek stelt je voor wiskundige problemen, wist u dat? Het plaatsen van de illustraties, zo dat het goed aansluit bij de tekst - een enorm gepuzel. Lang leve het geduld van The Store!

Maar vooral fascinerend was de metamorfose die het eigen woordgeknutsel ondergaat als het wordt omgezet in gedrukte tekst. En helemaal compleet is het mirakel als er nog een mooie omslag omheen komt. Elke keer beleef ik dit proces opnieuw als indrukwekkend, terwijl ik het inmiddels toch vaker heb meegeemaakt (ook met dit artikel zal het me weer zo vergaan). Hoeveel meer indruk moet dit op leerlingen maken? Ervaren hoeveel autoriteit het gedrukte woord opeens uitstraalt, terwijl het niet meer of minder is dan wat je zelf hebt bedacht. Deze ervaring kan op een heilzame manier het ontzag relativeren dat veel mensen koesteren voor het gedrukte woord.

Marketing

Als de productie van het boek op de rails is gezet, wordt het tijd zich over de marketing te buigen: aan wie, hoe, waar wil ik het product aanbieden - schoolintern, -extern?

Boeiend om zelf de PR te doen en vorm te geven. Zorg dat het boek in de plaatselijke boekhandel(s) komt te liggen. Ik kreeg het advies om voor school en boekhandel dezelfde prijs te hanteren. We hebben zelf contact gelegd met enkele boekwinkels. Bij distributie door het Centraal Boekhuis zou de verkoopprijs te hoog zijn geworden. Een heleboel kinderboekwinkels in het land waren bereid het boekje neer te leggen. Vraag een ISBN nummer aan bij het Centraal Boekhuis in Culemborg; dat kost iets meer dan 40 gulden. Als u een ISBN-nummer hebt aangevraagd, houdt u er dan rekening mee dat andere boekhandels het boek bij u gaan bestellen. (Wie verzorgt daarvoor de verzending, boekhouding en correspondentie?) Als het boek ervoor geschikt is, zou u drie exemplaren kunnen opsturen naar de Stichting Nederlandse Bibliotheek Dienst (Veursestraatweg 280, 2265 CL Leidschendam). U maakt dan kans dat zij het boek gaan aanschaffen voor bibliotheken in het land (ook interessant om erachter te komen volgens welke procedure dat gaat). Ons 'Monster' is inmiddels in diverse bibliotheken te leen (niet onverstandig, want uit betrouwbare bron is vernomen, dat stinkende wc's niet alleen in Utrecht gesignaleerd zijn).

Tot de eerst aangewezen kopers horen meestal de ouders. Hoe hen het beste bereiken? Naast diverse mailings hebben wij gekozen voor een feestelijke presentatie op school. In eerste instantie natuurlijk voor de kinderen, maar ook ouders waren uitgenodigd en de pers. Zelfs de televisie-stadsomroep gaf acte de présence. Ons 'Monster'-nieuws de hele dag om het half uur op de buis. De pers reageerde over het algemeen positief op informatie over ons boek. Wel kostte het telkens diverse telefoontjes om de juiste personen op

te sporen. Wonderlijk om van dichtbij mee te maken hoe publiciteit werkt: Eén artikel in het lokale blad en de verkoop in de plaatselijke boekhandel floreerde op slag. Artikelen in plaatselijke kranten en huis-aan-huis-bladen hebben meer respons opgeleverd dan publicaties in onderwijs-vakbladen (didactief & school, Praxis) of een bericht (met foto) in het NRC (10-10-98).

Met trots geven wij kennis...

Na twee jaar was ons 'Monster' klaar. Alle sponsors kregen een exemplaar met een bedankbrief plus kopie van de leukste persreacties. De presentatie op school was een feest. Er werden stukjes voorgelezen. Van kleuter-dwerg tot puber-slungel zat iedereen met open mond te luisteren. Grote hilariteit bij de herkenning van bekende gezichten (en achterwerken - meester Paul tot aan zijn schouders in de plee) in de tekeningen. Sommige leerkrachten lazen in de klas verder, de rest was voor thuis.

Omdat wij niet konden verwachten dat alle ouders het boek zouden kopen, heeft The Store van de omslag-illustratie een kleurplaat gemaakt. Elk kind kreeg daarmee tenminste iets van het boek mee naar huis (met een plaatselijke speelgoedwinkel werd er zelfs nog een kleurwedstrijd aan verbonden).

Er kwamen veel positieve reacties van buiten de school. Belangrijker waren de reacties van de kinderen. Geen twijfel: het was 'hun' boek. Het eerste wat de kinderen deden, was hun eigen naam op de schutbladen opzoeken. Met open boek renden zij naar huis: 'Hier sta ik!'

Verbluffend ook de fantasie waarmee ze zichzelf in de tekeningen meenden te herkennen. Veel leerlingen wezen stevast een figuurtje aan: 'Dit ben ik!' - afhankelijk van hun ego op de voor- of achtergrond. 'Sta ik ook ergens?' vraagt een kleutertje verlegen. 'Tuurlijk', zegt de leerkracht zonder blikken of blozen en wijst op een vaag poppetje ergens in de verte van de omslagtekening. Verzaligd glimlachend vertrekt het ukkie met haar boek. En in de school gonst de vraag: is de schoolbel ècht van goud?

Didactiek van een avontuur

Boeken moeten concurreren met flitsende tv-beelden en geavanceerde computer-high-tech. Sommige leerlingen krijgen het leesplezier van thuis mee, anderen zijn daarvoor op school aangewezen. Eén doel van ons kinderboekenproject was dan ook de leesdrempel te verlagen en de affiniteit met het medium boek te vergroten.

In ons geval was het verhaal geschreven door een volwassene, maar evengoed kunnen het teksten van leerlingen zijn - verhalen, gedichten, tekeningen - die te bijzonder zijn om in een la te laten liggen. Een professionele vormgever maakt van het meest uiteenlopende materiaal een fraai geheel.

Daarnaast kan participatie aan het productieproces voor leerlingen inzichten opleveren die de tekst zelf overstijgen, maar onlosmakelijk verbonden zijn met het medium boek. Wie weet vinden sommige daarbij nog hun latere beroepsbestemming. Handig, gezien de duur van zo'n onderneming, om daarvoor leerlin-

gen te benaderen die nog minstens twee jaar op school vertoeven. Er zouden parallel-werkgroepjes gevormd kunnen worden per onderdeel van het productieproces. Of één kerngroep met een piramide van zich vertakkende werkgroepen onder zich. Welke tekst(en), illustraties wil men publiceren? Wie beslist hierover? Wie doet de tekstredactie? Wie zorgt voor een kostenraming? Wie voor het geld? Wie bemoeit zich met de vormgeving? Een kijkje over de schouder van de vormgever, terwijl die goochelt op geavanceerde computers? Een bezoek bij de drukker laat de leek versteld staan. Wie houdt zich bezig met distributie en PR? Wie benadert de pers? Wie zet een tijdspad uit en neemt de coördinatie van het geheel op zich?

Naar mijn inschatting is minstens één zeer gemotiveerde en systematisch-werkende leerkracht nodig. En enthousiaste ouders die mee willen doen zijn goud waard.

In welk vakgebied een dergelijk project het beste zou passen, is afhankelijk van de leerdoelen die u stelt. Daarnaast zijn de omstandigheden op school bepalend: wat zijn speerpunten van het beleid, welke collega's willen meedoen, ckv, literatuuronderwijs, schrijfonderwijs, vakoverschrijdend? Welke insteek u ook kiest, leerlingen kunnen er zeer gevarieerde leerervaringen bij opdoen. Maar ook voor uzelf, valt er veel te ontdekken. Ik kijk in ieder geval anders naar boeken of tijdschriften (ook naar Levende Talen, ja hoor).

En *last but not least*. Veel van wat er in het onderwijs gebeurt, is weinig grijpbaar. Het geeft voldoening om energie te stoppen in iets dat tastbaar is. Als ik het weer eens even heb gehad, pak ik gewoon ons boekje uit de kast.



Angelika Rath, *Het Monster van het blauwe paleis* (illustraties; Lian Ong). Utrecht 1998, ISBN 90 9012065 3. Voor informatie: telefoon 030 - 2714340.

Angelika Rath



Volgde in Duitsland de opleiding tot lerare Duits (als moedertaal), Engels en Tekenen. Daarna studie pedagogiek. Tien jaar werkzaam als onderwijkskundige bij de vakgroep Duits van de leraaropleiding in Utrecht (heden HMN). Sinds 1987 docente aan de VU in Amsterdam met een eigen praktijk als supervisor in Utrecht. Diverse publicaties, o.a. over projectonderwijs. Schrijft hoorspelen voor het onderwijs en is medeauteur van de leergang *So issues*.