

Hollands Maandblad

Strategisch plan

2010-2015

Stichting Bestuur Hollands Maandblad

Aldien Poll (vz)

Machiel Janssen Schoonhoven

Wim Brands

Vera Simon Thomas

Redacteur

Bastiaan Bommelé

26 november 2013

Het bestuur van de Stichting Hollands Maandblad zal zich ook de komende jaren inzetten om met de uitvoering van bestaande en extra activiteiten *Hollands Maandblad* (HM) als toonaangevend literair tijdschrift prominent op de culturele kaart van de Nederlandstalige gebieden te houden.

Doel van het Strategisch plan 2010-2015 is om

- HM als broedplaats voor het essay, poëzie en proza te behouden.
- toonaangevend te blijven en de zichtbaarheid en naamsbekendheid van HM te verhogen.
- HM als belangrijkste tijdschrift voor het essay te bestendigen.
- nieuwe doelgroepen te bereiken (studenten, ex pats, universitair docenten, boekhandelaren, lezers van kwaliteitskranten) en bestaande doelgroepen (jong én oud, interesse in kunst en cultuur, breed, koopkrachtig) te behouden, ook via multimediale weg.
- het aantal HM-abonnees te verhogen naar 1500.

Activiteiten

Het bestuur wil vasthouden aan de verschijning van de maandelijkse nummers en aan de in 2006 gestarte HM-reeks. Daarnaast wil het bestuur enkele nieuwe activiteiten ondernemen. Nieuw en oud zullen hieronder kort worden toegelicht.

Huidige activiteiten

1. **voortgang maandelijkse nummers** - Redacteur Bastiaan Bommeljé is reeds jarenlang een zeer gewaardeerd sparringpartner voor alle medewerkers (schrijvers, dichters, kunstenaars) alsmede voor het bestuur. Bestuur en uitgever denken dat wat redactie betreft de gewenste continuïteit en verschijningsfrequentie van HM verzekerd is. (Dat wil zeggen: 10 nummers per jaar, waarvan 2 x per jaar een dubbelnummer.)
2. **HM reeks** – In november 2006 verscheen het eerste boek in de hernieuwde ‘*Hollands Maandblad*-reeks’. Deze reeks betreft boeken met de HM-bijdragen van één auteur of dichter. Ieder boek wordt geïllustreerd door een beeldend kunstenaar die publiceert in HM. In de jaren 70 van de vorige eeuw verschenen in deze reeks o.a. Oek de Jong, Maarten Biesheuvel, Hermine de Graaf, Jos Kunst, Frederik Bokshoorn, Trille en Albert Bedarrides, Kees Ouwens. In de nieuwe reeks heeft Leo Vroman het spits afgebeten met een bundel met zijn mooiste *Hollands Maandblad*-gedichten van de afgelopen 50 jaar. Het boek is geïllustreerd met tekeningen van Iris Le Rütte. Het tweede boek is verschenen in het najaar 2007 en betreft een combinatie van essays van de arabist J. Brugman met tekeningen van Jeroen Hermkens. In 2013 verscheen het boek met essays van Jan Pen en tekeningen van Elise van Iterson. Voor volgende delen wordt gedacht aan uitgaven met werk van andere befaamde HM-medewerkers, zoals bijvoorbeeld Peter Vos, Dick Hillenius & Jaap Hillenius, Hugo Brand Corstius en J.J. Peereboom.

Kosten voor de productie van deze boekuitgaven worden gedragen door de uitgever en de stichting HM. Deze zijn exclusief de kosten voor publiciteit en worden per uitgave apart begroot. De samenstelling van de boeken wordt uitgevoerd door de redacteur in nauwe samenwerking met de auteur en beeldend kunstenaar. Het maken van een gezamenlijk boek is voor de meeste auteurs en beeldend kunstenaars een aparte beleving en daarbij krijgen ze volle aandacht van hun beider redacteur!

3. aanvullende honoraria en schrijversbeurzen

Naast de dekking van de exploitatiekosten door de uitgever wordt de uitgave van HM gefinancierd door subsidiegevers ten behoeve van aanvullende honoraria voor jonge medewerkers en schrijvers- of aanmoedigingsbeurzen voor debutanten. Deze beurzen hebben een gewenst effect op bijdragen van jong en oud aan HM en versterken de binding van medewerkers met HM waardoor de kwaliteit van het blad geborgd blijft.

De beurzen zijn in het afgelopen decennium verleend meer dan 20 debutanten van wie o.m. Cathelijn Schilder, Froukje van der Ploeg, Nina Roos, Iris Brunia, Thijs de Boer, Floor Buschenhenke, Anke Scheeren, Eva Maria Staal en Kyra Wuck inmiddels succesvol zijn gedebuteerd met dichtbundel of roman.

Nieuwe activiteiten

Naast de huidige activiteiten zullen ook nieuwe activiteiten noodzakelijk zijn om zichtbaarheid, naamsbekendheid en abonneeaantal te verbeteren.

1. jubileumboek

Het ligt in de bedoeling een jubileumboek over 55 jaar *Hollands Maandblad* te maken dat in 2014 verschijnt. Het boek geeft een uniek beeld van 55 jaar literatuurgeschiedenis rond verhalend proza, essayistiek, poëzie en beeldende kunst (illustraties en tekeningen). En beschrijft de inspanningen van redacteur, bestuur en uitgever om in weerwil van ieders belangen een toonaangevend tijdschrift te maken dat zonder enige onderbreking 55 jaar is verschenen. Vele schrijvers en dichters zijn gedebuteerd in HM en die traditie zet zich nog steeds voort. Het boek zal gebaseerd zijn op de verschenen jaargangen van het HM zelf, op archiefonderzoek en op interviews met (oud)medewerkers van HM.

Gedacht wordt aan een omvang van ca. 30.000 woorden, met veel illustraties. In overeenstemming met de principes van HM zelf zal het een toegankelijk en goed leesbaar boek worden en geen academische studie. In het boek komen aan de orde: het chronologisch het verhaal van HM, feiten en meningen van en over medewerkers, alsook de constituerende bestanddelen van de jaargangen: kritisch proza (essay), verhalend proza, poëzie en de illustraties. Een laatste hoofdstuk zal een beschouwend karakter hebben over de grote ontwikkelingslijn, de betekenis en de belangrijkste omslag- c.q. hoogtepunten van HM. Naast de interviews met (oud)medewerkers, (oud)bestuursleden en (oud)uitgevers, zal ook archiefmateriaal worden bestudeerd (en geopenbaard waar relevant) en wordt een analyse uitgevoerd van de registers op alle bijdragen, gesorteerd per genre en bibliografische informatie.

Voor de verspreiding van het jubileumboek wordt een marketing- en verkoopplan opgesteld. Naast direct mailing via abonnees en boekhandelaren zal in ieder geval reeks van advertenties in *NRC Handelsblad*, *Trouw* en *de Volkskrant* worden geplaatst, gekoppeld aan abonnement aanbiedingen. Daarnaast zullen advertenties in diverse studenten- en universiteitsbladen gezet worden en in expats tijdschriften. Er zullen speciale folders gedrukt worden die verspreid worden in studentenbladen, relevante boeken van de uitgever, zo mogelijk onder leden van de stichting OKW, vrienden van concertgebouworkest etc. Met de publiciteit rond het jubileumboek wordt de zichtbaarheid van HM verhoogd.

2. the best of

De redactieraad heeft de wens om na te gaan of het wenselijk c.q. haalbaar is om regelmatig, bijvoorbeeld elke twee jaar, 'the best of...' samen te stellen, waarin de mooiste essays, poëzie, proza en beeldende kunst uit *Hollands Maandblad* in boekvorm worden gebundeld. Deze bundels zijn bestemd voor een klein publiek van fijnproevers en zullen dus zonder subsidie nooit kunnen verschijnen.

3. Digitalisering

Het Prins Bernard Cultuur Fonds ondersteunt de digitaliseringsplannen van *Hollands Maandblad*. Fonds. Het project «Moaïek-Digitalisering» behelst een inspanning om digitaal steentje voor digitaal steentje tot een effectief, beheersbaar, toetsbaar en aanpasbaar programma te komen waarbij digitalisering wordt ingezet ter versterking van de *core business* van de culturele onderneming *Hollands Maandblad*: het maken, verspreiden, continueren en uitbreiden van een literair tijdschrift op papier.

Digitalisering is zeker geen nieuwtje voor *Hollands Maandblad*. Als een der eerste literaire bladen in Nederland heeft *Hollands Maandblad* immers al vanaf 1997 een geheel «*flash generated*» website, waarin dankzij de flash-technologie de eigen vormgeving en opmaak via het web (buiten het beperkte arsenaal aan web-fonts) aan de lezer kon worden aangeboden. Thans zijn er voor iPhone, iPad, e-Pub en andere mobiele media aparte versies van de site, zodat de HM-site op tablets, telefoons en e-readers even goed te raadplegen is als via een pc met flash.

Via de site zijn elke maand voorproefjes van bijdragen te lezen, het volledige redactioneel, een overzicht van alle medewerkers met links naar hun websites. Tevens wordt aanvullende informatie over HM (zoals over de Hollands Maandblad Schrijversbeurzen) alsook servicepagina's geboden (o.a. met abonnements-aanbiedingen). Op dit moment krijgt de *Hollands Maandblad* per maand zo'n 20.000 hits per maand van bijna 2000 unieke bezoekers.

Daarnaast onderhoudt de redactie een Hollands Maandblad Facebook-pagina met postings over nieuwe nummers, medewerkers enzovoort. Gezien de reacties en talrijke 'likes' wordt deze pagina druk geraadpleegd door de vele honderden vrienden (nog veel meer wachten op toelating als 'vriend', maar hierbij wordt gekozen voor de selectieve social mediastrategie van *friend-exclusiveness* om verwatering tegen te gaan). Uiteraard heeft Uitgeverij Nieuw Amsterdam ook een website/Facebook-pagina met diverse links en servicepagina's voor *Hollands Maandblad*.

Het project «Mozaïek-Digitalisering» zal vanuit deze digitale funderingen stap voor stap voortwerken. Dit zal het gehele spectrum beslaan van upgraden van de bestaande websites om service en interactiviteit met abonneemmers verder te verbeteren tot een brede strategie van het plaatsen van digitale banners op verwante culturele sites, *affiliate marketing*, apps voor abonnee-onderhoud en content-access voor abonnees, alsook het verdere optimalisering van de connectiviteit tussen de websites van *Hollands Maandblad* en Nieuw Amsterdam. De inzet van digitale middelen zal gericht zijn op het informeren, activeren en verleiden van potentiële abonnees. Deze zijn veeleer te vinden in kringen van *NRC Handelsblad*-lezers en universitair geschoolden dan in kringen van internetverslaafden, en de digitale strategie zal daarop zijn afgestemd.

4. Hollands Maandblad schrijverbeurs en aanmoedigingsbeurzen

Het Dr.Hendrik Muller's Vaderlands Fonds en Stichting Democratie en Media subsidieerde de afgelopen 10 jaar de HM-beurzen voor debutanten in de categorieën 'proza', 'poëzie' en 'essayistiek' (respectievelijk € 2000,- voor de schrijversbeurs en € 1000,- voor de aanmoedigingsbeurzen. De beurs heeft aantrekkingskracht op jonge schrijvers die hun eerste schreden op het publicatiepad willen zetten. Vier prijswinnaars zijn na het winnen van een beurs gedebuteerd met een boek. Dit wordt gezien als een hoge score.

Het is een privilege en een uitdaging om ook in de toekomst een kans te bieden aan talentvolle schrijvers en dichters een begin te maken met hun carrière. Het is in het belang van HM bekend te blijven staan als tijdschrift waarin geslaagde schrijvers en dichters gedebuteerd zijn. De lezer zal het genoeg smaken een succes al vroegtijdig gelezen te hebben.

5. Aanvullende honoraria

Reeds vele jaren biedt de Stichting Hollands Maandblad jaarlijks «aanvullende honoraria» aan jonge medewerkers wier werk speciaal is opgevallen in de voorafgaande jaargang, en wier financiële situatie de extra subsidie rechtvaardigt. Ook deze subsidie voldoet aan een grote behoefte onder jonge schrijvers en dichters.

De «aanvullende honoraria» zijn lange tijd gefinancierd door De Van Bijlevelt Stichting. Na 2007 is via aan de Stichting HM toegekende gelden van de Stichting Democratie en Media de subsidie voortgezet. Vanaf 2014 wordt naar nieuwe financiers gezocht.

6. Vrienden van Hollands Maandblad

Vanaf 2014 worden «vrienden» uitgenodigd Hollands Maandblad te steunen met een jaarlijkse 'vriendenbijdrage'. Hiermee wil HM de band met de lezers bestendigen in een tijdperk waarin het voortbestaan steeds meer afhankelijk is van individuele bijdragen en van subsidies van private fondsen. Nu de overheidssubsidies voor literaire tijdschriften zijn stopgezet en de uitgeefbranche lijkt te bezwijken onder een veranderende boekenbranche is Hollands Maandblad zich meer dan ooit te voren bewust van de unieke positie en de stevige verankering in de literaire wereld. Die positie zal gekoesterd moeten worden met behulp van vrienden en pleitbezorgers. Naast vriendenbijdrage wordt ook verwezen naar de mogelijkheden om belastingvrij een donatie te doen.