

MARKTANALYSE VAN DE NEGENDE KUNST

HET BEELDVERHAAL ONDER DE LOEP!



VOORWOORD

Beste striplezer,

Voor je ligt een uitgebreide analyse van de Nederlandstalige stripmarkt! Waarom die juist nu nodig is?

Als uitgever, scenarioschrijver, oud-stripwinkelier, beursorganisator én verzamelaar zie ik veel gemiste kansen. De belangstelling voor strips loopt terug. Evenementen nemen af in kwaliteit en diversiteit. Slechts 20 procent van de stripmakers kan nog rondkomen. Hoe zijn we hier beland?

In de komende tijd wil ik mijn stripuitgeverij verder uitbouwen - en een groot nieuw evenement toevoegen aan de stripkalender. Hier afgewogen keuzes in maken vraagt om een grondige analyse. Maar waarom zou ik die dan niet delen met anderen?

De tekst in deze uitgave kwam tot stand met de gewaardeerde hulp van een twintigtal deskundigen uit de stripwereld en daarbuiten. Maar ook jouw feedback is nog van harte welkom!

Laten we samen bouwen aan een nieuwe toekomst voor de strip. Een toekomst waarin nog veel meer mensen kunnen genieten van de unieke kracht en pracht van de 9e kunst!

Berny Boer



WIE IS TOCH DIE STRIPLEZER?

De striplezer. Misschien bestaat hij wel niet, zoals 'de gewone man' als persoon ook niet bestaat. Iedereen beleeft de strip, of de 9^e kunst, tenslotte op zijn eigen manier.

Maar om bij het begin te beginnen: wat zijn strips?
Een eerste definitie:

Een strip of een beeldverhaal is een verhaal waarbij een tekst en een reeks afbeeldingen elkaar zodanig aanvullen dat ze niet zonder elkaar kunnen - of een reeks beelden zelf het verhaal vertelt.

Striptekenaar Will Eisner omschreef strips echter als 'sequential art':

Elke kunstvorm die gebruikmaakt van beelden en deze in een specifieke volgorde plaatst om zo een grafisch verhaal te vertellen of informatie over te brengen.

Het is als in het museum: de ene bezoeker werpt in het voorbijgaan een vluchtige blik op een schilderij, waar een ander daar aandachtig een uur naar blijft kijken. Zo kan ook de ene striplezer een album in een kwartiertje uitlezen, terwijl een ander elk detail dat de tekenaar in de plaatjes heeft gestopt in zich opneemt.



Bovendien kent het beeldverhaal een heel scala aan verschillende soorten:

- *Europese strips*: grappen van een pagina of langere verhalen van tientallen pagina's met een geordende lineaire opmaak, in stijl variërend van cartoonesk tot realistisch.
- *Amerikaanse comics*: kortere, sterk op actie gerichte (superhelden)verhalen met een minder rigide opmaak, vaak in elkaar overlopend via 'cross-overs'.
- *Manga*: uit Japan afkomstige strips in zeer uiteenlopende genres, vaak uitgegeven in dikke zwart-wit bundels met een dynamische, filmische pagina-indeling en extra nadruk op zowel actie en emoties.
- *Graphic novels*: artistieke benadering van de strip, waarin de maker een persoonlijker verhaal vertelt uit eigen ervaring of onderzoek en het vertellen van het verhaal centraal staat zoals bij een roman.
- *Strookstrips*: rij van 2 tot 4 plaatjes waarin (meestal) een grap wordt verteld volgens een vast ritme van situatieschets, actie en ten slotte clou.
- *Cartoons*: één illustratie, veelal humoristisch van aard, die niettemin een strip genoemd kan worden door de opeenvolging (sequentie) van boventekst, actie in de tekening en tekst in de ballon(nen).



Terug dan naar de striplezer. Het type strip waar deze voor kiest, is sterk afhankelijk van voorkeur en smaak. Van wat voor soort strips houdt hij of zij? Welke tekenstijl vindt de striplezer mooi? Welke onderwerpen spreken hem of haar aan? Het maakt dat twee lezers hetzelfde stripverhaal totaal verschillend kunnen beleven.

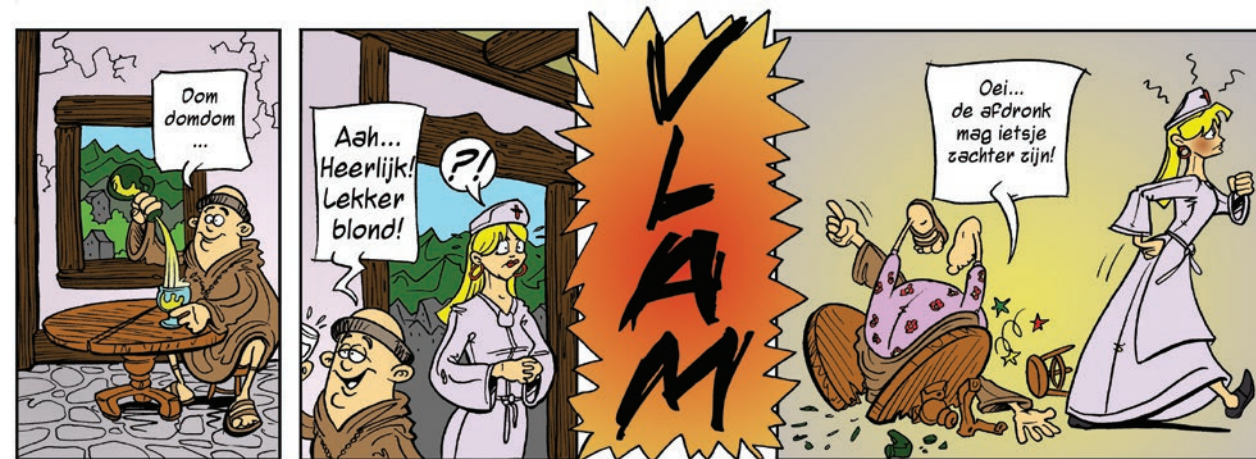
Als we het strippubliek toch willen opsplitsen, ontkomen we er dus niet aan dat heel breed te doen. Niet voor niets bedacht hoofdredacteur Karel Van Milleghem ooit voor weekblad *Kuifje* de briljante slogan 'voor de jeugd van 7 tot 77 jaar'. Kinderen lezen eerder *Donald Duck* of *De Smurven*, terwijl oudere lezers kiezen voor een graphic novel of een realistische Europese strip. Jongeren zullen dan weer eerder een manga of een Amerikaanse comic pakken.

In Nederland wordt er bovendien heel anders tegen het stripverhaal aangekeken dan in België. Waar in het katholieke zuiden de beeldcultuur alomtegenwoordig is, heeft het calvinistische en gereformeerde noorden deze juist afgezworen.

Die houding leidde in de jaren '40 en '50 zelfs tot officiële waarschuwingen vanuit de politiek. Strips zouden verderfelijk van inhoud zijn en leeslui maken. Het gevolg: een grote groep kinderen groeide op zonder strips - en leerde ze daardoor nooit lezen.

En dat is juist essentieel om van stripverhalen te kunnen genieten: je moet weten hoe ze werken. Het bijzondere van het beeldverhaal is dat je als lezer zelf het verband legt tussen de situatie en tekst van het ene plaatje met de situatie en tekst in het volgende.

De tekenaar en scenarioschrijver leiden je door het zichtbare verhaal, maar het *complete* verhaal, inclusief wat er *tussen* de plaatjes gebeurt, maak je als lezer zelf. De 9e kunst prikkelt je zo om associatief te denken, iets waar iconografie en reclame ook veel gebruik van maken.



Je ziet het geweld niet... maar iedereen weet wie het heeft uitgedeeld!

Een ander nadeel: bij een stripverhaal moeten zowel de tekenstijl als het onderwerp je aanspreken. Doet een van de twee dat niet, dan laat je het boek liggen - en verlies je opnieuw een kans om strips te leren lezen.

HET PRODUCT VAN DE 9^E KUNST

Maar wat is dan het eigenlijke product achter een beeldverhaal? In welke behoefte voorzien strips?

In eerste instantie voorzien ze in entertainment en humoristisch vermaak, in escapisme en/of het overbrengen van informatie en nieuwe inzichten. Maar ze komen daarnaast ook tegemoet aan verzameldrift en ze prikkelen de nieuwsgierigheid: hoe zal het verhaal verder gaan?

Als het echter om de marktpotentie van vermaak gaat, moeten we ons realiseren dat het medium daarvan minder relevant is. Wie tegenwoordig op zoek is naar vermaak kan terecht bij films, TV, games, romans, tijdschriften... De behoefte om daarin te voorzien met een stripverhaal is latent.

Een potentiële consument gaat dan ook niet zo snel op zoek naar een stripboek: hij moet het aangereikt krijgen, er toevallig mee geconfronteerd worden. Niet voor niets waren de best verkochte stripboeken van het vorige decennium de boeken die aandacht kregen bij *De Wereld Draait Door*.

De grote vraag is dan ook: blijft de stripwereld naar binnen gericht of gaat ze mee met de veranderende tijd? Treedt ze naar buiten om haar potentie te vervullen?



DE ONTWIKKELING VAN DE STRIPWINKELMARKT

Stripwinkels hebben een identiteitsprobleem... en dat hebben ze altijd gehad! Kijk alleen al naar de naamgeving: stripwinkel, stripboekwinkel, stripshop, stripspeciaalzaak, comicshop... en dan vergeet ik vast nog wat varianten.

Eerst even terug de geschiedenis in: in 1968 begon Kees Kousemaker in Amsterdam de allereerste stripwinkel, stripantiquariaat Lambiek (nog een variant!). Daarna groeide het aantal winkels gespecialiseerd in de 9^e kunst door naar zo'n 80 tot 90 tussen 1980 en de eeuwwisseling.

Sindsdien loopt dat aantal echter langzaam terug. Als we naar het algemene winkelbeeld kijken, zien we ook daar een terugloop in het aantal verkooppunten. Daarnaast is een groot deel van de fysieke verkoop naar de online verkoop verschoven.

Stripwinkels zijn in de eerste plaats te categoriseren op locatie: zelden zit een stripwinkel op een A-locatie, soms vind je er een op een B-locatie. Vaker echter zie je ze op B/C- of C-locaties.

De locatie zegt iets over de professionaliteit van de winkelier. Op een A- of B-locatie moet de winkel een professionele uitstraling hebben om ook passanten aan te spreken. Op een C-locatie worden stripwinkels meestal gerund door liefhebbers en wordt de winkel vaak ook vooral door liefhebbers bezocht.

De laatste jaren zien we meer op online gerichte winkels en/of winkels buiten het stadscentrum. Sterke voorbeelden daarvan zijn Akim en Professor Barabas: warenhuizen voor de strip - en een waar mekka voor de verzamelaar.

Een andere indeling kan gemaakt worden op basis van assortiment:

- Europese strips
- Comics (UK/USA)
- Manga
- Stripcuriosa
- Zeefdrukken
- Stripgerelateerd textiel
- Ze hands / antiquariaat
- cross-overs met bijv. tijdschriften, games, cadeau-artikelen, etc.
- een combinatie van bovenstaande



De locatie en vierkante meters van een winkel hebben uiteraard een sterke invloed op de keuze voor het assortiment. Ook moeten we ons realiseren dat veel startende ondernemers goedwillende amateurs zijn. Ze hebben geen enorm marketingbureau met reclamemakers en specialisten achter zich.

Vergrijzing van de winkeliers

In de dreigende verdere terugloop van het aantal stripwinkels speelt de pensioenleeftijd van de eigenaars een rol. Velen zijn met hun winkel begonnen in de jaren '70, '80 of '90 - en inmiddels dus een werkend leven van 30, 40 of zelfs 50 jaar verder.

Naast een eigen benaming en assortiment kennen de meeste stripwinkels mede daardoor ook een geheel eigen karakter. Een sfeer waarvoor klanten vaak terugkomen, maar die het wellicht ook lastig maakt voor een jeugdiger ondernemer de zaak op exact dezelfde manier voort te zetten.

DE DISTRIBUTIE VAN STRIPBOEKEN

Tijdens mijn opleiding aan de detailhandelsschool leerde ik over ondernemen met als doelstelling van handel waarde toevoegen aan producten. Daarbij leerde ik ook over de doelen van het overbruggen van tijd, plaats en hoeveelheid van de producent naar de consument.

Over de beginjaren van de Nederlandstalige stripdistributie is helaas weinig te vinden. Weliswaar zijn er al vele boeken geschreven over de uitgevers en tijdschriften uit die tijd (Spaarnestad, VNU, Dupuis, Casterman, Helmond, Le Lombard) - en waarschijnlijk zal het daar ook niet bij blijven. Maar publicaties over de tussenhandel zijn mij onbekend.

Jaren '80 en '90: De jaren van Betapress, Aldipress en Het Raadsel

Aan het eind van de jaren '80 waren er grofweg drie kanalen: Betapress en Aldipress hadden beiden naast hun boeken- en tijdschriften-assortiment ook een stripcatalogus en -vertegenwoordiger. Beide vertegenwoordigden elk hun eigen groep uitgevers: Aldipress o.a. Arboris, Big Balloon, Dupuis en Standaard, Betapress o.a. Dargaud, Le Lombard en Casterman. Het Raadsel, een magazijn vol strips en merchandise voor met name de stripwinkels, verspreidde sinds 1984 voor vrijwel alle niet bij Aldipress of Betapress aangesloten leveranciers.

Jaren '00 en '10: De jaren van Strips in Voorraad

In 2005 ging Het Raadsel failliet, waarna hun distributie van stripboeken voor een deel werd voortgezet door Strips in Voorraad. Vrijwel elke week stapte Ron Poland in zijn bus om alle bestellingen naar de stripwinkels te brengen. Dit werkte zo goed, dat steeds meer labels hun boeken onderbrachten bij Strip in Voorraad. Fijn voor de uitgevers met weinig administratie en voorraadbeheer en fijn voor de stripwinkels met een wekelijkse toevoer van vrijwel alle uitgeverijen (waarvan ook kleine aantallen konden worden besteld). Bovendien was er een nauwe samenwerking tussen Ron en Bart Pinceel, die eenzelfde bedrijf runde voor het Nederlandse taalgebied in België.

2023 en daarna ...

De schok voor de stripwereld was dan ook groot toen Ron Poland aangaf in 2023 te gaan stoppen. Wat nu? Ging elke uitgever zelf de distributie doen? Wat zou dat gezien de verzendkosten met de marges doen? En wat te denken van al die administratie voor uitgever en stripwinkel? Of zou het in handen gegeven worden van een concurrerende uitgever? Zou die dan wel voldoende aandacht besteden aan de boeken van zijn concurrenten? En wat te denken van de *inside information* over boeksoorten, oplages en meer?

Inmiddels vertegenwoordigt Bart Pinceel ook voor Nederlandse stripwinkels de distributie. Maar zowel de winkels als de uitgeverijen zijn daar maar beperkt tevreden mee. Een aantal grotere uitgeverijen doet zelf de distributie. Als laatste optie is er Centraal Boekhuis, waar naast de stripwinkels ook de reguliere boekwinkels kunnen bestellen. Nadeel daarvan zijn echter de maandelijkse vaste kosten. Binnen boekhandels krijgen strips bovendien een steeds beperktere plek. Voor kleine uitgeverijen lijkt het dan ook niet de moeite hier gebruik van te maken.

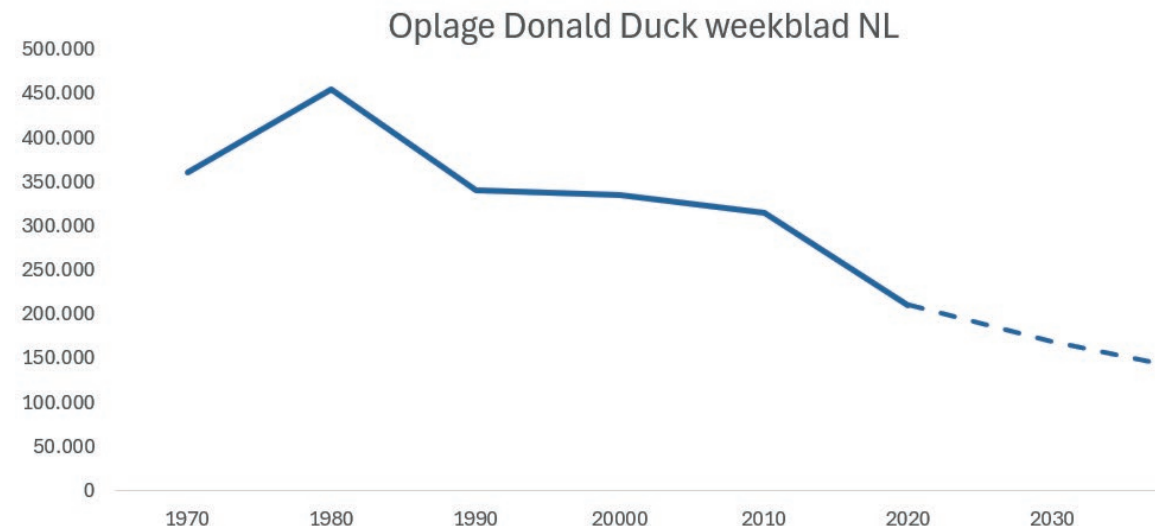
OMZETONTWIKKELING

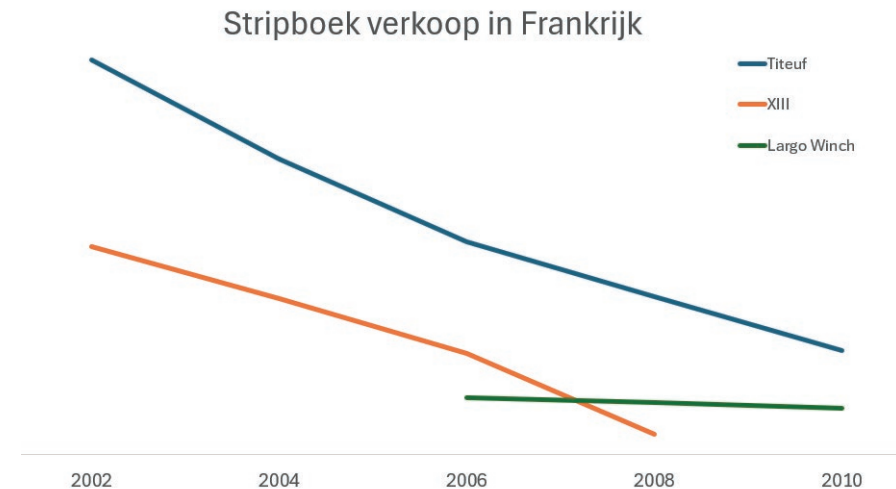
De omzet van de Nederlandstalige stripmarkt laat zich moeilijk inschatten. Ik maak hierna dan ook een ruwe schatting van omzet en oplage. Exacte aantallen zijn er niet: daarvoor is het aanbod te veel versnipperd.

Het uitbrengen van een stripalbum als reguliere strip, dus zonder luxe uitgaven en andere gerelateerde verkopen, wordt commercieel pas interessant bij een oplage/verkoop van 1.500 stuks. *De Grote Stripmakers Enquête* liet dan ook een schokkend beeld zien: slechts 20 procent van de tekenaars en schrijvers kan leven van zijn of haar stripwerk.

Voor een belangrijk deel ligt dit aan hun geringe oplages of hobbymatige uitgaven en verkopen, ongeacht de hoeveelheid liefde en enthousiasme die daar in wordt gestoken. Maar ook bekende tekenaars komen bij grote uitgeverijen vaak niet verder dan een aanbetaling voor de strip die zij maken, ook als deze in het Frans verschijnt.

Dit verklaart de opkomst van het fenomeen *crowdfunding* onder stripmakers. Daarmee kunnen zij namelijk wél het noodzakelijke inkomen voor het maken van een stripverhaal veiligstellen.





Met het uitkomen van zo'n 800 nieuwe albumtitels in het Nederlands in 2023, zou je voorzichtig kunnen stellen dat er tussen 800.000 en de 1.200.000 stripboeken worden verkocht per jaar. Titels die daarin zwaar meewegen zijn natuurlijk *Asterix (De witte iris, oplage 185.000)* en de heruitgave en comeback van *Guust Flater*.

Dit vertaalt zich naar een omzet van 8 tot 10 miljoen euro. Bij een bevolking van 16,3 miljoen inwoners (7 tot 85 jaar) is dat een uitgave van 62 cent per potentiële lezer.

Maar ook in Frankrijk hebben bekende topreeksen het moeilijk en wordt gezocht naar meer omzet. Denk bijvoorbeeld aan de spin-offseries van *Robbedoes, Blake en Mortimer, XIII, Thorgal* en onlangs ook *Largo Winch*.

Voor de grote uitgeverijen (in werkelijkheid nog maar één mediapartij voor Nederland en België) worstelen met het uitblijven van nieuwe successeries. Hun grote klappers zijn een voor een weggevallen: *Kuifje, Robbedoes* en *Guust* (de eerste generatie strips, jaren '50-'60), *Asterix, De Smurven* en *Lucky Luke* (tweede generatie, jaren '60-'70) en zelfs *XIII, Thorgal* en *Largo Winch* (derde generatie, jaren '80-'90). De formules raakten sleets, het einde van de levenscyclus werd bereikt. Maar waar bleven daarna de nieuwe klappers?

Hiervoor zou je moeten kijken naar hoe de doelgroep is veranderd. Series als *Kuifje, Robbedoes* en ook *Suske en Wiske* konden hun grote impact maken omdat er niet veel op de markt was. Nu komen er wekelijks tientallen stripboeken uit. Zo'n 800 in 2023: dat zijn er ongeveer 15 per week. Dit betekent dat de koek onderling verdeeld moet worden, maar ook dat er nauwelijks nog grote spelers zijn.

Dit geldt overigens ook voor muziek en film: vroeger was je Beatles- of Stones-fan, Star Wars-liefhebber of Trekkie. Het aanbod anno nu is enorm, met een versnipperde markt als resultaat. Zowel in aanbod als in aanbieders. En als je elkaars concurrent bent, hoe zorg je er dan nog samen voor dat je versnipperde markt onder de aandacht blijft?

Daar komt bij dat stripverhalen inmiddels een meer latente behoefte vormen. Geen lezer loopt tegenwoordig nog bibberend door de winkelstraat op zoek naar de nieuwe *Asterix, XIII, Franka, Blueberry, Michel Vaillant* of *Rik Ringers*.



HOE BEREIKEN WE DE POTENTIËLE STRIPLEZER?

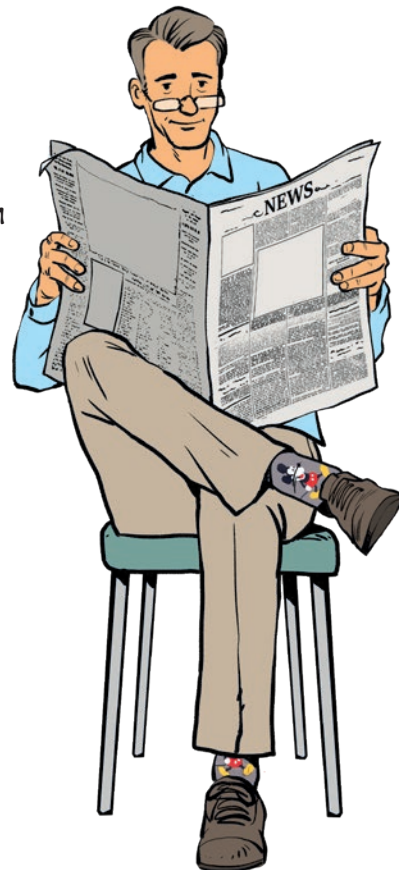
Voor de versnipperde stripmarkt is dit dé grote uitdaging. Moeten stripmakers hierin hun rol in pakken? Of is dit toch meer aan de uitgever? Of het distributiekanaal? Of aan de winkelier die tenslotte direct contact heeft met de klant?

Voor elk van deze opties valt iets te zeggen, maar iedereen kijkt en wijst vooral naar elkaar. Het ontbreekt aan de synergie om samen tot een vruchtbare invulling te komen. En die synergie is essentieel voor het succes.

Een mooi praktijkvoorbeeld is boekhandel Paagman in de Frederik Hendrikklaan in Den Haag, een prachtige winkel met een uitstekende naam. Een van hun medewerkers was groot stripliefhebber en zorgde er daarom voor dat de nieuwste strips uit de topreeksen altijd in de winkel stonden. Het gevolg: strips vormden een belangrijk aandeel van hun omzet.

De stripwand kreeg zelfs een prominente plek in de winkel. Een wand van naar schatting 3 meter breed van vloer tot plafond gevuld met strips, mooi gepresenteerd, waar klanten maar een paar meter de winkel voor in hoefden te lopen.

Maar de beste man ging met pensioen, het bestellen van de stripboeken werd overgedragen. De wand werd kleiner, verdween meer naar achter in de winkel en werd daar nog kleiner. Inmiddels is het stripboekassortiment vergelijkbaar met het stripaandeel in de gemiddelde boekhandel.



En daar is het inmiddels zoeken naar het hoekje met de stripboeken, veelal verdrongen door de tijdschriften van vooral één grote tijdschriftenleverancier. Het assortiment reikt niet meer verder dan *Donald Duck*, *Asterix*, *Suske en Wiske* en misschien een *Smurfen*-album, of bij uitzondering een *DirkJan*, *Franka* of *Agent 327*.

Daarmee ga je de latente striplezer niet over de streep trekken om een stripboek aan te schaffen. Daar is duidelijk meer voor nodig. Want hoewel zijn latente behoefte niet wordt weggenomen, wordt deze ook niet gactiveerd doordat hij steeds minder strips tegenkomt.

Ondertussen produceren stripuitgevers op zoek naar meer omzet nu aan de lopende band exclusieve en vaak prijzige uitgaven en integralen voor de steeds kleinere groep striplezers die al bereikt wordt. Dat levert geen nieuwe lezers op!

Tussen 1995 en 2003 had ik een stripwinkel, waar ik vaak gericht stripboeken weggaf. *Zwarte Vrijdag* van *XIII* heb ik talloze malen weggegeven, de volgende delen verkochten zichzelf. Niet voor niets worden er in winkelstraten van elk nieuwe product *samples* uitgedeeld. Of je krijgt een eerste voorproefje bij een gerelateerd product.

Free Comic Book Day is dan ook een prachtig initiatief om nieuwe lezers aan te boren. Ik zou er echter voor pleiten dit ook via scholen of bibliotheken te promoten. In de stripwinkel bereik je tenslotte alleen de al bestaande striplezer. Daarmee verbreed je wellicht enigszins je omzet, maar de echte potentie? Die bevindt zich *buiten* de stripwinkels!

WELKE STRIPEVENEMENTEN ZIJN ER?

Stripevenementen hebben een lange geschiedenis in Nederland en Vlaanderen. Toch kennen ze een heel andere sfeer dan in het buitenland. Op Comic Cons in de VS en Engeland of de festivals in Angoulême en Erlangen richt men zich op een heel breed publiek. Bij ons worden evenementen echter toch vooral ingericht met het oog op de 'stoffige oude verzamelaar'.

We kunnen de volgende evenementen onderscheiden:

- Stripmarkt: grote verkoop van nieuwe en veelal tweedehands stripboeken
- Stripbeurs: grotere verkoop van stripboeken met signerende tekenaars
- Stripevenement: een tentoonstelling, boekpresentatie, prijsuitreiking, etc.
- Festival: een breder evenement met diverse activiteiten rondom de strip

Ook de locatie en omvang van het georganiseerde evenement zijn bepalend voor de doelgroep. Evenementen in een stadskern trekken ook niet-striplezers, zoals te zien op de beurzen in Kampen, Deventer, Gouda en Breda. Andere evenementen in een buitenregio, sporthal of cultureel gebouw richten zich vrijwel geheel op al bestaande striplezers – of maar beperkt op passanten uit de regio.

De Stripedagen

De bekendste Nederlandse stripbeurs werd vanaf 1980 jaarlijks georganiseerd door Het Stripschap. In de eerste jaren vonden De Stripedagen plaats in Breda en Den Haag, maar later verhuisden ze nog naar Den Bosch, Alphen aan den Rijn, Houten, Gorinchem en Rijswijk.

Was het in de eerste jaren nog een tweedaags evenement, in 1982 konden De Stripedagen al doorgroeien naar de bekende *Strip-3-daagse* in het centrum van Breda. Met niet alleen internationale auteurs als Franquin en Peyo, maar ook veel bezoekers: in 1985 maar liefst 25.000. Vanaf eind jaren '90 (de beurs was weer terug naar 2 dagen) nam dat aantal echter gestaag af.

Op De Stripedagen van 2017, in een hal buiten het stadscentrum van Rijswijk, kwamen nog maar 5.000 tot 8.000 bezoekers. Het noopte Het Stripschap ertoe in 2018 en 2019 een samenwerking aan te gaan met de Heroes Dutch Comic Con in de Utrechtse Jaarbeurs. Dat verhoogde het aantal bezoekers, maar maakte ook de kloof tussen de bezoekers van De Stripedagen en de jonge generatie striplezers pijnlijk zichtbaar.

Na corona keerden De Stripedagen in 2022 toch weer terug naar Rijswijk voor een zeer teleurstellende editie. Naar schatting waren er over 2 dagen verdeeld nog geen 3.000 bezoekers. Een combinatie van factoren: de keuze voor het eerste weekend van september en prachtig weer, maar vooral ook een groot gebrek aan promotie en activiteiten op de beurs.

Inmiddels zijn De Stripedagen opgegaan in het mede door stripmuseum MoCA georganiseerde Strips aan Zee in Noordwijk. De gerenommeerde Stripschapprijs wordt nu elk jaar uitgereikt in Forum Groningen, los van De Stripedagen.

Stripdagen Haarlem

Nederlands grootste stripfestival ontstond op initiatief van tekenaar Joost Swarte. Tussen 1994 en 2014 werd om het jaar een editie georganiseerd door creatief directeur Joost Pollmann. Na twintig jaar nam Tonio van Vugt het stokje van hem over en organiseerde de edities van 2016, 2018, 2022 (plus een mini-editie in 2020 tijdens corona).

In 2024 sloegen zijn opvolgers een nieuwe weg in: niet langer wordt de grote beurs georganiseerd in het centrum, maar op kleinere schaal in de Koepelgevangenis. Daarnaast staat het evenement ook bekend om het Stripbier dat bij elke editie door brouwerij Jopen wordt gebrouwen.

In haar hoogtijdagen trok het evenement 30.000 tot 35.000 bezoekers. Sinds corona is het aanzien van het festival echter afgenomen, onder meer door een beperkter aanbod.

AFSCHEID JOOST POLLMANN VAN STRIPDAGEN HAARLEM



Brabants Stripspektakel

Sinds 1986 organiseerde Johan Gerlings in Valkenswaard deze druk bezochte stripbeurs. Vanaf 2011 namen Patrick van Gelder en Herman Savenije het evenement over, waarna het in 2015 naar het nabij gelegen Veldhoven verhuisde. In al die tijd groeide het uit tot een begrip in de stripwereld: met De Stripdagen en Stripdagen Haarlem vormde het voor stripliefhebbers 'de grote drie'.

In 2022 overleed Patrick van Gelder echter onverwacht op 57-jarige leeftijd. Het deed zijn mede-organisator Herman Savenije besluiten dat daarmee na 35 edities ook een einde kwam aan het Brabants Stripspektakel.

Kamper Stripspektakel

Dit evenement wordt sinds 1999 georganiseerd, met zo'n 80 tot 90 kramen verdeeld over de grootste winkelstraat van Kampen en het plein waar de bibliotheek aan ligt. In 2024 organiseerde Paul Reichenbach het evenement voor de 25^e keer, waarna hij het stokje doorgaf aan Arjen Kale.

Wat erg voor deze beurs spreekt is het buitenkarakter: de timing in augustus levert meestal mooi weer op en maakt het ook voor winkelend publiek en toeristen aantrekkelijk om te bezoeken.

Strips op de Markt

Vanaf 2006 wordt jaarlijks in het centrum van Gouda een vrij toegankelijke stripbeurs georganiseerd. Als eigenaar van stripwinkel CARTOON in Gouda nam ik hiervoor destijds samen met Teus de Kruijff en Marco Luk het initiatief.

In die eerste jaren was het succes mede te danken aan de samenstelling van de organisatie. Teus was als redacteur van Stripnieuws en actief lid van Het Stripschap erg bekend in de stripwereld. Marco stond regelmatig op beurzen en kende veel standhouders goed. Zijn vrouw werkte bovendien voor de gemeente Gouda, wat een prettige samenwerking voor de benodigde vergunningen garandeerde.

In de recente jaren is het evenement verder doorgegroeid, met naast een stabiele lijst auteurs elk jaar een wisselend thema en eigen stripbier. Met 80 tot 90 standhouders is het inmiddels een van de grotere evenementen en een vaste waarde voor de stripliefhebber.

Comic Cons

Naar voorbeeld van de VS en het VK worden er sinds een jaar of 10 ook in Nederland Comic Cons georganiseerd. Deze grote evenementen zijn meer op film en comics georiënteerd, wat een ander en vooral ook jonger publiek trekt. Elementen als cosplay (verkleed komen als je favoriete strip- of filmpersonage) en meet & greets met acteurs dragen hier aan bij. Ook is er naast de strips een breed aanbod van merchandise.

Nederland kende tot voor kort twee vaste Comic Cons: Comic Con Holland in Vijfhuizen (voorheen Amsterdam) en het grotere Heroes Dutch Comic Con in de Jaarbeurs Utrecht. Sinds dit jaar is daar het Comic Film Manga Fest in Ahoy Rotterdam bijgekomen. De Heroes Dutch Comic Con kent zowel een voorjaars- en najaarseditie met elk 55.000 bezoekers.

Kleinere evenementen

Verder zijn er diverse kleinere evenementen en beurzen. Enerzijds vinden deze plaats in sporthallen, scholen of culturele gebouwen: in Vlaanderen is dit vrijwel elke twee weken het geval. De looptijd van deze markten varieert, afhankelijk van het enthousiasme van de organisator en beschikbare locaties. In omvang zijn ze vooral lokaal georiënteerd, waardoor ze maar weinig nieuw publiek aanspreken.

Anderzijds zien we de afgelopen jaren steeds meer evenementen opgezet door stripmakers. Voorbeelden hiervan zijn de Markt Unieke Stripmakers (MUS) in Utrecht en de Nieuwe Garde Stripmarkt in Zwolle. Hier verkopen de tekenaars en schrijvers zelf hun werk, veelal zonder tussenkomst van uitgevers.

TOCH NOG EVEN OVER DE GRENZEN KIJKEN...

Onze Nederlandstalige zuiderburen kennen zoals gezegd een grote hoeveelheid kleinere beurzen, vaak in buurtcentra of sporthallen. Toch zijn er ook enkele grotere evenementen in Vlaanderen.

In Turnhout vond tussen 2005 en 2015 om het jaar het grote festival Strip Turnhout plaats, maar dit moest in 2017 helaas stoppen wegens een afgekeurde subsidieaanvraag. In Gent is twee keer per jaar FACTS, een kruising tussen een grote stripbeurs en een Comic Con.

Nog veel groter is echter het BD Comic Strip Festival in Brussel, inmiddels het grootste stripfestival van de lage landen. Brussel presenteert zich daar nadrukkelijk als striphoofdstad met een internationale stripbeurs voor een breed publiek, met veel bekende auteurs, uitgevers en boekpresentaties. Enkele jaren geleden werd dit festival in het centrum georganiseerd en was er ook een grote optocht door de stad.

Tegenwoordig vindt het plaats net buiten het centrum en kan aanstormend talent op de vrijdag in gesprek met uitgevers. Daarnaast wordt het festival die dag veelvuldig bezocht door schoolklassen: voor de kinderen een geweldige kennismaking met de 9e kunst. Een nadeel voor de Nederlandse markt: het evenement is vooral gericht op het Franse taalgebied.

In Frankrijk zijn er elke week meerdere stripbeurzen en -evenementen, maar het meest aansprekende Europese evenement blijft toch het festival in Angoulême. Gedurende een kleine week staat het gehele Zuid-Franse stadje in het teken van het beeldverhaal. Stripmakers en uitgevers van over de hele wereld presenteren zich er in grote tenten in het centrum. Workshops, tentoonstellingen en presentaties in de rest van de stad maken het festival compleet.

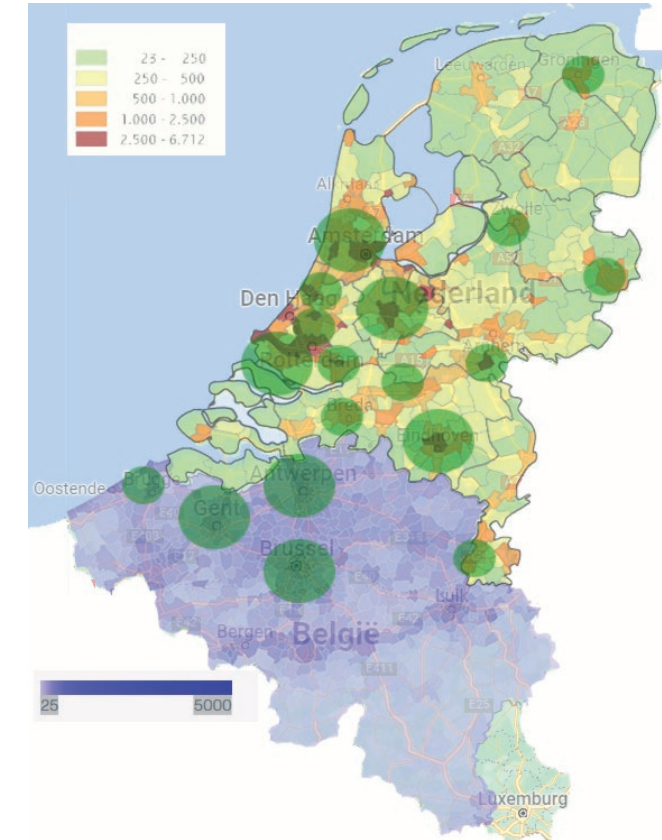
Opvallend is dat het publiek bij de evenementen in Brussel en Angoulême een grote variatie kent aan bezoekers, zowel in type als leeftijd. In Nederland is het publiek meestal veel eenduidiger, ook bij aan andere kunstvormen gerelateerde evenementen.

WAAR VINDEN ONZE STRIPEVENEMENTEN PLAATS?

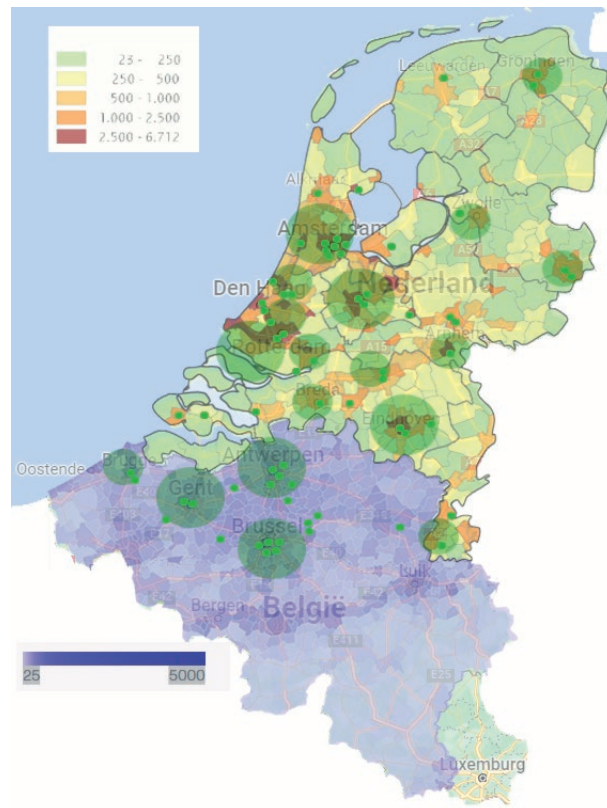
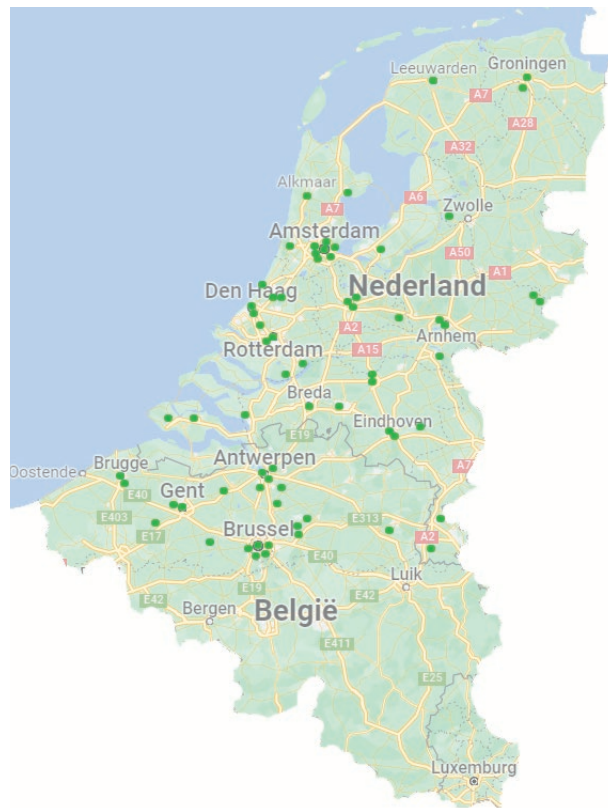
In deze analyse breng ik de gekozen locaties van alle Nederlandstalige stripevenementen in kaart. Daarbij opgemerkt dat veel evenementen zijn ontstaan vanuit passie en gelegenheid en minder vanuit een zakelijke hoek met een ondernemingsplan.

Toch is het goed om met meer onderbouwing te kijken naar de huidige verdeling over het land van de evenementen, te beginnen bij de bevolkingsdichtheid.

In de kaart hiernaast geven de groene bollen aan waar op die basis een groter potentieel strippubliek te bereiken is.



Interessant in dit verband is om ook te bekijken waar alle stripwinkels zijn gevestigd. Mijn voorlopige inventarisatie daarvan* levert de kaart links op. En zoals de kaart rechts aantoon: de locaties van de stripwinkels komen zeer goed overeen met de bevolkingsdichtheid.



*zie de QR-code achterop

EEN BLIK OP DE STRIPKALENDER

Alle stripevenementen met elkaar vergelijken is natuurlijk niet helemaal eerlijk. Er zijn beurzen met alleen bananendozen, maar net zo goed festivals met internationale allure.

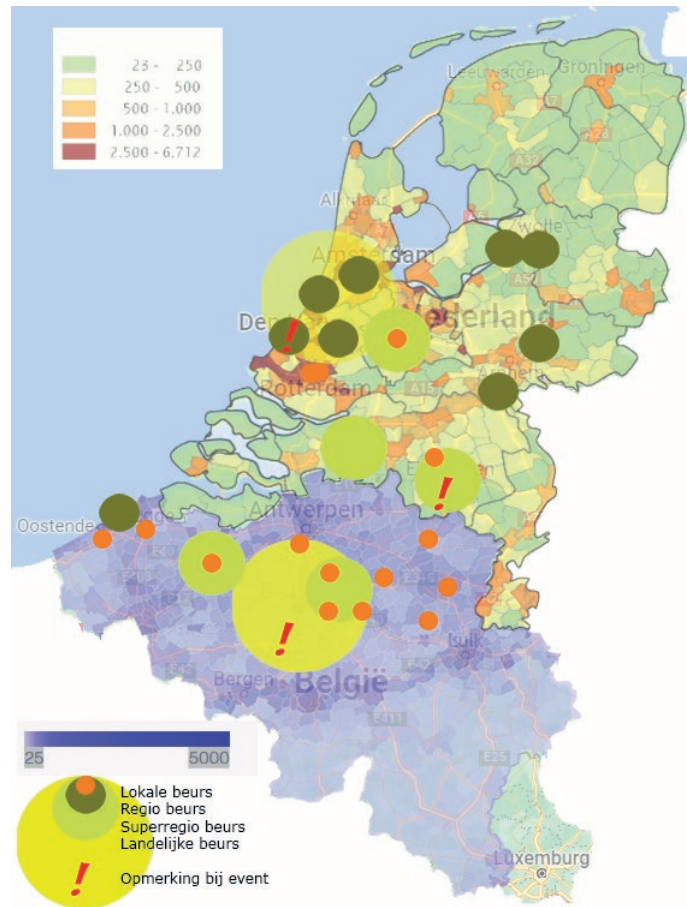
Om die toch allemaal in één beeld te vangen heb ik de volgende onderverdeling gemaakt:

- **Lokaal:** kleinere beurzen op een impopulaire locatie. Doelgroep: vooral bekende stripverzamelaars, bereik 50 tot 100 km.
 - **Regio:** grotere beurzen op een impopulaire locatie met meer publiciteit. Doelgroep: vooral bekende stripverzamelaars uit de regio, bereik 100 tot 200 km.
- In beide bovengenoemde gevallen is er nauwelijks sprake van aanwas van buiten de stripwereld.
- **Super Regio:** beurzen met een grotere uitstraling en bekendheid in naam. Deze spreken in beperkte mate doelgroepen buiten de stripwereld aan.
 - **Landelijk:** bekende festivals die ook doelgroepen buiten de stripwereld bereiken en publiek uit het hele taalgebied trekken.

Mijn onderzoek bracht me tot de hierna volgende lijst van evenementen, maar zoals bij de stripwinkels zijn ook hier aanvullingen van harte welkom.

EVENEMENT	LOCATIE	MEEST RECENTE EDITIE	TYPE
BD Comic Strip Festival	Brussel	6-8 september	Landelijk
Boxmeerse Stripdag	Boxmeer	14 april	Lokaal
Brugse Stripbeurs	Brugge	27 oktober	Lokaal
Comic Con Brussels	Brussel	26 & 27 oktober	Super Regio
Comic Con Holland	Vijfhuizen	12 & 13 oktober	Regio
Comics, Art & Beer	Rotterdam	maandelijks	Lokaal
Cross Comix	Rotterdam	20 & 21 september	Lokaal
FACTS te Gent	Gent	6 & 7 april en 2 & 3 november	Super Regio
Gentse Stripbeurs	Gent	28 april	Lokaal
Heroes Comic Con	Brussel	19 & 20 oktober	Super Regio
Heroes Dutch Comic Con	Utrecht	23 & 24 november	Super Regio
Kamper Stripspektakel	Kampen	17 augustus	Regio
Markt Unieke Stripmakers (MUS)	Utrecht	15 juni	Lokaal
Nieuwe Garde Stripmarkt	Zwolle	9 maart	Regio
Oostends Stripweekend	Oostende	11 & 12 mei	Lokaal

EVENEMENT	LOCATIE	MEEST RECENTE EDITIE	TYPE
Oost-Nederlandse Stripboekenbeurs	Deventer	6 april	Lokaal
Stripbeurs Hasselt	Hasselt	5 oktober	Lokaal
Stripbeurs Leopoldsburg	Leopoldsburg	25 augustus	Lokaal
Stripbeurs Leuven	Leuven	25 februari	Lokaal
Stripbeurs Putte	Putte	20-okt	Lokaal
Stripbeurs Sint-Truiden	Sint-Truiden	17 november	Lokaal
Stripdagen Haarlem	Haarlem	1 & 2 juni (om het jaar)	Landelijk
Stripfestival Breda	Breda	28 & 29 september	Super Regio
Stripfestival Knokke-Heist	Knokke-Heist	28 april	Regio
Strips aan Zee	Noordwijk	14 juli	Regio
Strips op de Markt	Gouda	5 mei	Regio
Strip-vinyl-cd-dvd Beurs	Aarschot	6 oktober	Lokaal
The Big Draw	Nijmegen	7 september	Regio
Wilrijkse Stripdagen	Wilrijk	5 & 6 oktober	Lokaal



Vanuit de voorgaande lijst kunnen we dit inzichtelijke kaartje destilleren. Bij de drie evenementen met een uitroepteken moet een opmerking worden geplaatst:

1. Het BD Comic Strip Festival in Brussel is een heel groot evenement, maar zoals de stripwinkels daar voor meer dan 95% Franstalig georiënteerd.
2. De Stripdagen in Rijswijk staan onder druk. Locatie en voortbestaan zijn onduidelijk.
3. Het Brabants Stripspektakel in Eindhoven lijkt geen vervolg meer te krijgen door het tragisch wegvallen van een van de beursorganisatoren.

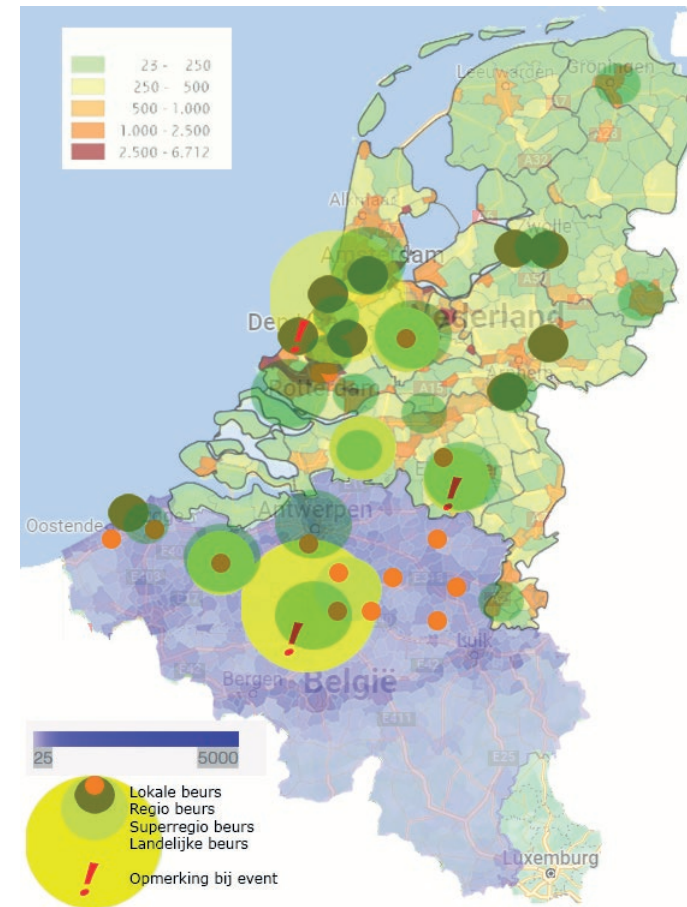
Wanneer we de gebieden met marktpotentie op de kaart vergelijken met de locaties van evenementen (pagina 29), zien we interessante verschillen. Vooral in de regio Groningen en Maastricht, maar ook in de Randstad.

Mocht het Brabants Stripspektakel inderdaad wegvallen, dan is Eindhoven een zeer geschikte plek voor een vervangend evenement. De regio Den Haag is in die zin ook kritisch: als De Stripdagen weer uit Rijswijk vertrekken, ontstaat daar een leegte in een druk bewoonde regio.

In Rotterdam zijn op kleinere schaal al initiatieven als Cross Comix en het maandelijkse Comics, Art & Beer, maar een groot evenement ontbreekt. Ook het Stripfestijn in Dordrecht is na 2009 van de agenda verdwenen.

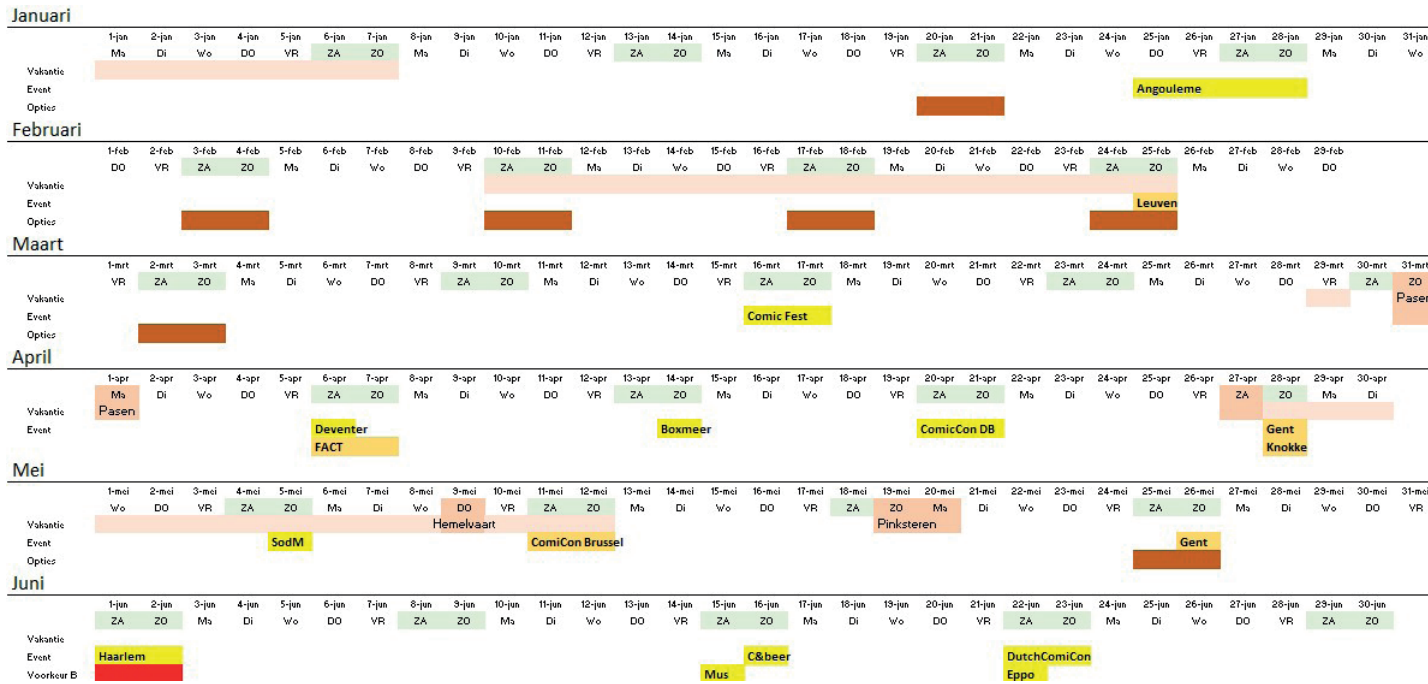
Een andere optie doet zich om het jaar voor in de regio Amsterdam. In de oneven jaren is daar een gat in de stripagenda in een grote, dichtbevolkte regio. Een prachtkans voor een complementair evenement.

Zoals eerder bij stripuitgevers zou het goed zijn als ook organisatoren van evenementen hierover samen in discussie gaan. Zo kan men gezamenlijk tot één lijn komen om elkaar en vooral ook de stripwereld te versterken.

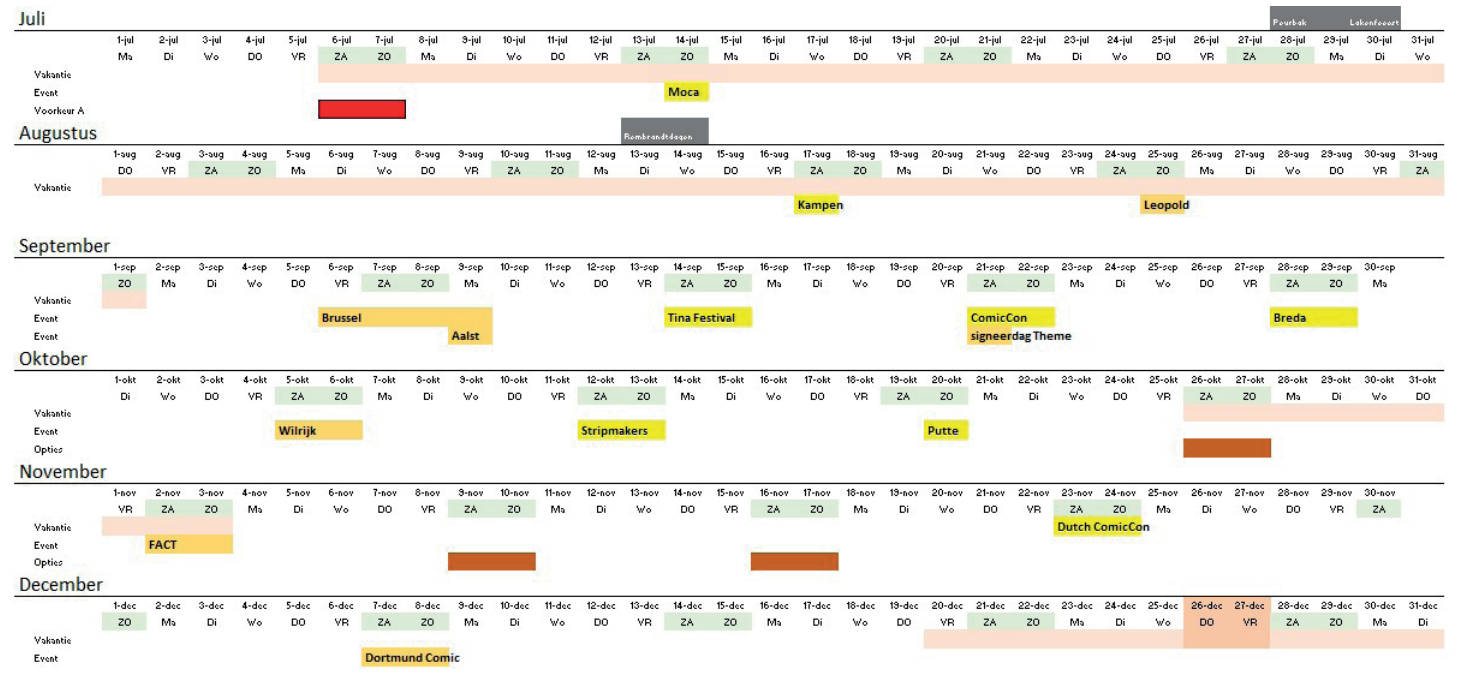


GRAFISCHE WEERGAVE VAN DE STRIPKALENDER

Deze kalender start op 1 januari 2024. Alle zaterdagen en zondagen zijn groen gemaakt. De vakantieperiodes zijn met een zalmkleurige balk gemarkeerd, de feestdagen daarin iets donkerder. Geel zijn de geïnventariseerde evenementen, rood en bruin de weekenden waarin nieuwe evenementen mogelijk of gewenst zijn.



Waar met name juni en begin juli geschikt zijn voor een evenement buiten, zijn juist de hele maand maart en de eerste weken van november geschikt voor een evenement binnen.



NAAR EEN NIEUWE GENERATIE STRIPLEZERS!



Tot slot: als we naar de huidige leeftijdsopbouw van striplezers (35-85 jaar) kijken en deze doortrekken naar de toekomst levert dit een zeer somber beeld op. Een demografisch maar dramatisch gegeven: de striplezer sterft uit - met grote gevolgen voor stripwinkels en uitgeverijen.

In de komende 15 jaar loopt de markt voor strips hierdoor maar liefst 20 procent terug (oranje lijn). Maar dit tijt is nog te keren, mits we de woorden van John, eigenaar van Stripwinkel Akim, ter harte nemen: we moeten meer strips maken voor een jonger publiek.

Want als we in staat zijn om jaarlijks 1.500 nieuwe lezers tussen de 7 en 12 jaar te bereiken (groene lijn) kan het verlies worden opvangen (groene stippelijjn). Deze groep omvat namelijk 0,72% van de landelijke bevolking, waarmee de penetratiegraad weer wordt teruggebracht naar 1,5% tot 2%.

Zelf zie ik hiervoor minstens drie mogelijkheden: leesprogramma's in het onderwijs, stripverhalen over leerthema's en aansprekende strips voor de huidige jeugd.

CONCLUSIE

Deze analyse maakt één ding duidelijk: de Nederlandstalige stripmarkt bevindt zich in zwaar weer. Het aantal evenementen, de bezoekers daar en de variatie binnen de sector nemen allen af - terwijl specifieke segmenten steeds verder versnipperen. Zonder actie zal de verwachte omzetsomzetpotentie in de komende 10 jaar minstens 20 procent krimpen.

Weliswaar is er een latente behoefte aan stripverhalen bij consumenten: deze moet alleen worden geactiveerd. Maar dit wordt helaas verder bemoeilijkt door de terugloop in het aantal stripwinkels en andere verkooppunten. De markt zal moeten samenwerken om het potentieel ook te benutten.

Een strategie kan zijn om met elkaar nieuwe vormen van het beeldverhaal te ontwikkelen, andere mediakanalen op te zetten, een nieuw soort evenementen te organiseren. Wellicht kunnen strips daarmee weer een breder publiek bereiken, waarbij met name nieuwe jonge lezers van doorslaggevend belang zijn.

Zelf zet ik hierin volgend jaar drie stappen. Het assortiment van mijn uitgeverij C-edition gaat op de schop. Ik start een gratis stripkrant, met stripnieuws in de volle breedte van de 9e kunst. En tot slot voeg ik een nieuw evenement toe aan de kalender: het *Leids Strip Festival*.

Belangrijke initiatieven, maar om echt verschil te maken is een bredere samenwerking en gezamenlijke ontwikkeling noodzakelijk. Deze analyse is dan ook een startpunt om hierover met elkaar in gesprek te gaan.

En daarom eindig ik hier met hoopvolle woorden: de negende kunst, het beeldverhaal... wordt vervolgd!





COLOFON

Tekst, grafieken en kaartjes:
Tekstredactie & vormgeving:
Coverillustratie:
Overige illustraties:

Berny Boer
Johan de Rooij
Tom van Dun
Vick Debergh, Tom van Dun, Ralf Marczinczik, Yarkin Sakarya
en Stephan Timmers

Dank aan iedereen die heeft meegedacht, feedback heeft gegeven of hier in de afgelopen maanden met mij over heeft gesproken!

De analyse mag dan af zijn... dit is pas de aftrap! En het wordt wellicht een lastige strijd voor de strip, maar we kunnen hem alleen winnen als we als team de schouders eronder zetten.

Deel deze analyse dus via de QR-code met iedereen die het beeldverhaal een warm hart toedraagt! En heb jij zelf een idee hoe we de stripwereld kunnen versterken? Of wil je reageren op wat je hebt gelezen?

Ga dan naar StripPlaza.nl of stuur een e-mail naar info@stripplaza.nl!



[StripPlaza.nl/
analyse](http://StripPlaza.nl/analyse)

