

Pia Pol (Uitgeverij Valiz):

## 'Specialisatie is onze kracht'

Uitgeverij Valiz is gevestigd in hartje Amsterdam en viert volgend jaar het 20-jarig jubileum. Met titels op het gebied van (voornamelijk) kunst en cultuur bereikt de uitgeverij al jaren een select maar trouw publiek over de hele wereld. In eigen land is Valiz relatief onbekend, maar dat is voor uitgever en co-directeur Pia Pol geen reden tot klagen. 'Mensen die onze boeken kopen blijven dat doen, omdat het voor hen belangrijk is, ook omdat het vaak onderdeel is van hun werk of studie.'

Tekst Constantijn Hoffscholte



**V**aliz werd in 2003 opgericht door Astrid Vorstermans. Zij zag ruimte voor een uitgeverij gericht op boeken over 'visuele cultuur', waaronder kunsttheorie en architectuur. Volgens de website bieden de boeken van Valiz 'kritische reflectie en interdisciplinaire inspiratie, waarbij de verbinding tussen culturele disciplines en sociaalpolitieke thema's vaak centraal staat'. Een hele mond vol, maar geen loze woorden. De merendeels Engelstalige uitgaven van Valiz staan hoog aangeschreven in academische kringen en bij kunstmusea. Zij vullen een leemte waarin andere, meer algemene kunstuitgeverijen niet voorzien. Pia Pol kwam veertien jaar geleden bij Valiz terecht na haar studies Engels en Amerikanistiek en met de ervaring van verschillende bijbaantjes in de boekhandel. Ze begon als manusje-van-alles ('vooral boeken inpakken') en werkte zich door de jaren heen op tot uitgever en co-directeur. Samen met Astrid Vorstermans runt zij nu de uitgeverij, die is gevestigd in de gewelven van gebouw Het Sieraad in Amsterdam-West. Geen onbekende plek in het boekenvak, omdat in hetzelfde pand verschillende keren het evenement 'Beste Boeken Live' plaatsvond. Inclusief de twee uitgevers telt Valiz zes vaste medewerkers. Daarnaast maakt het gebruik van een groot netwerk aan freelancers. Jaarlijks verschijnen er tussen de 10 en 20 titels. In maart van dit jaar ontving een Valiz-titel de Gouden Letter voor het best vormgegeven boek ter wereld. *On the Necessity of Gardening*, vormgegeven door Bart de Baets, werd door de vakjury geprezen om 'het virtueuze zetje, de ordelijke chaos en het karakteristieke omslag' (zie kader). Een andere titel, *CAPS LOCK* van Ruben Pater, is onlangs genomineerd voor een Dutch Design Award.

### Verbindende factor

Mooie boeken, verschillende prijzen en bijna twintig jaar uitgeverschap. Toch is Valiz in het Nederlandse boekenlandschap weinig bekend. Hoe komt dat?

'Nederland kent natuurlijk een sterke literaire scene, die terecht veel aandacht krijgt. Wij zitten in de schil daaromheen van uitgeverijen die heel andere dingen doen. Bij musea en in de culturele wereld kennen ze ons wel. Daarbuiten zijn we inderdaad minder zichtbaar, al denk ik dat we steeds beter de weg naar de goed gesorteerde boekhandels weten te vinden. Bij Bruna of AKO hoeven wij niet te liggen. Bij het Stedelijk Museum en het American Book Center wel, om een paar voorbeelden te noemen.'

### Wat voor bedrijf is Valiz?

'Wij zijn een onafhankelijke uitgeverij en maken boeken op het gebied van kunst, cultuur, maatschappijkritiek, design en *urban affairs* (stadscultuur), de laatste categorie in vaste

samenwerking met uitgeverij Trancity. Onze boeken gaan over actuele maatschappelijke discussies binnen de kunst en cultuur, altijd vanuit een kritische beschouwing.'

### Waarom is dit voor jou een fijne baan?

'Zelf heb ik geen enkel talent als kunstenaar, maar ik vind het wel heel prettig om me met kunst en cultuur bezig te houden. Ik heb het gevoel dat ik door deze boeken een bijdrage lever aan discussies die gevoerd moeten worden.'

### Is dat ook een doelstelling van Valiz?

'We spreken dat niet expliciet zo uit, maar het is wel een drijfveer van iedereen die hier werkt. Wij geloven dat kunst en cultuur essentieel zijn voor een goed functionerende maatschappij. Daar dragen we met onze boeken aan bij.'

### Hoe dan?

'Kunst en cultuur bieden ruimte voor experiment op een manier die je elders in onze georganiseerde maatschappij niet tegenkomt. In de kunst kun je afstand nemen, ergens bovenuit stijgen of iets aan de kaak stellen, wat in andere sectoren veel lastiger is. Bovendien is kunst een verbindende factor tussen mensen.'

### Is het moeilijk om die boodschap voor het voetlicht te krijgen? In coronatijd bleek maar weer dat kunst en cultuur beleidsmatig weinig prioriteit krijgen.

'Binnen onze eigen *bubble* onderkent iedereen het belang wel, daarbuiten is het lastiger. Zelfs in de boekenwereld zie je dat, zo is het ongebruikelijk om kunstboeken te maken waarin de nadruk ligt op de beschouwing en niet op overzichten met prachtige plaatjes. Valiz is de coronaperiode overigens prima doorgekomen. Ons lezerspubliek had juist behoefte aan kunst en cultuur en wist ons massaal te vinden. Voor ons was dat een bevestiging; we doen dus iets waar mensen op zitten te wachten. Niet dat we daar aan twijfelden, maar het is toch fijn als je het ziet uitgedrukt.'



### Kritische beschouwing

#### Hoe is jullie relatie met de Nederlandse boekhandel?

'In museumboekhandels zijn onze titels goed aanwezig. Bij het Stedelijk Museum Amsterdam hebben we zelfs een eigen plank. Daarnaast zijn er diverse ruim gesorteerde boekhandels die onze titels voeren, vooral in steden met een universiteit of een prominent museum.'

#### Hebben jullie niet de behoefte om breder zichtbaar te zijn?

'Zeker wel, maar dat is best lastig. Ik denk bij veel van onze titels: dit is ook voor een breed publiek interessant. Boekhandels denken daar vaak anders over, je hoort al snel "daar hebben we het publiek niet voor". Er wordt vrij conservatief ingekocht. Ik begrijp dat, boekhandels hebben weinig vet op de botten. Alleen is het voor ons zo wel lastig om ertussen te komen. Qua vormgeving springen onze boeken er

vaak uit. Mensen pakken ze graag op, maar dan moeten ze wel ergens liggen natuurlijk.'

**Wat kun je hier aan doen?**

'We hebben lang zelf de verkoop aan de boekhandel gedaan, maar in de praktijk gebeurde er te weinig. Sinds kort worden we vertegenwoordigd door Jesse Muller van Jesse Presse. Dat werkt, we komen nu bij meer boekhandels terecht. Een nadeel is dat het winkelaanbod in Nederland verschaalt. Je ziet steeds meer winkelstraten met dezelfde ketens. Ik zou het echt jammer vinden als dit met de boekhandel ook gebeurt. Het leidt tot een steeds smaller aanbod. De boekhandel is juist de plek om dingen te ontdekken, veel boekhandelaren doen daar keihard hun best voor, maar het luistert allemaal nauw. Met onze boeken betalen zij de huur niet, maar dragen ze wel bij aan een divers aanbod.'

**Welke ingrediënten bevat een Valiz-boek?**

'Ongeacht het onderwerp zit er altijd een kritische beschouwing in. Zelfs in de kunstenaarsmonografieën die wij vroeger uitbrachten was dat het geval, het werk van de kunstenaar werd altijd in een breder kader geplaatst. Een ander kenmerk is dat we veel aandacht besteden aan de vormgeving.'

**Over vormgeving gesproken: wat betekent het winnen van de prijs voor het best vormgegeven boek ter wereld voor Valiz?**

'Dat was natuurlijk geweldig nieuws. De belangstelling voor *On the Necessity of Gardening* is daardoor zeker toegenomen, ook op plaatsen waar normaal niets gebeurt met onze titels. Het boek verkoopt nog steeds goed. In de *slipstream* is er ook meer belangstelling voor de rest van het fonds. Mensen zijn nieuwsgierig gemaakt. Vormgever Bart de Baets mocht zelfs naar de "uitblinkerslunch" van het koninklijk huis. Dat maak je niet elke dag mee.'

**Waar letten jullie op bij de vormgeving van een boek?**

'Ik kan niet zeggen dat we een bepaalde stijl hanteren. We kijken bij elke titel wat het beste werkt. Als een auteur met een idee komt dat ons aanspreekt, gaan we op dat moment al nadenken over wie geschikt is om het boek vorm te geven. De vraag is: wat heeft een onderwerp nodig om op de beste manier uit de verf te komen? Het design is voor ons een fundamenteel onderdeel. Eigenlijk is dat ook niet meer dan logisch in onze tak van sport. Het zou wel heel stom zijn als we bij een boek over vormgeving, zoals *CAPS LOCK*, onvoldoende aandacht zouden besteden aan de lay-out.'

**Hoe vinden jullie geschikte titels?**

'Bijna dagelijks krijgen we voorstellen toegestuurd uit ons netwerk. Met een aantal auteurs hebben we een vaste samenwerking, bijvoorbeeld voor de essays in onze Antennae-

serie over bepaalde verschijnselen en nieuwe gedachtelijnen in de kunsten. Het komt ook voor dat we zelf een auteur benaderen voor een onderwerp dat wij belangrijk vinden. Met gemiddeld 10 à 20 titels per jaar hebben we het druk genoeg. Er is geen behoefte om enorm te groeien.'

**Digitale componenten**

**Wat zijn voor jullie de belangrijkste uitdagingen?**

'Een heel groot deel van onze boeken wordt met kunstsubsidies gemaakt. In Nederland zijn er op dat terrein veel mogelijkheden, maar je weet nooit of dat zo blijft. Ten eerste is het per project afwachten of je een subsidie binnenhaalt en ten tweede hangt het voortbestaan van bepaalde subsidies af van het politieke klimaat. Dat maakt het voor ons spannend en precair.'



**'Qua vormgeving springen onze boeken er vaak uit. Mensen pakken ze graag op, maar dan moeten ze wel ergens liggen natuurlijk'**

**Heb je niet de neiging om titels wat toegankelijker te maken zodat je er een breder publiek mee aanspreekt? Dan spreid je toch ook het risico?**

'Nee, wij moeten doen waar we goed in zijn. Het zou raar zijn om een vreemde end in de bijt te maken, ik denk ook niet dat daardoor opeens deuren open gaan die nu gesloten blijven. We kijken heus wel of we boeken voor een iets breder publiek kunnen maken, maar we blijven trouw aan onze uitgangspunten. Titels als *On the Necessity of Gardening* en *CAPS LOCK* zijn bijvoorbeeld echte Valiz-titels, terwijl zij ook voor een groot publiek interessant zijn.'

**Hoe zit het met de houdbaarheid van jullie boeken? Is die langer dan gemiddeld?**  
'In ieder geval veel langer dan bij literaire uitgeverijen. Met de basisoplage proberen wij zeker twee jaar te doen. Bovendien hebben we verschillende series, met het voordeel dat je oudere titels opnieuw onder de aandacht kunt brengen als er een nieuw deel verschijnt.'

**Jij bent ook verantwoordelijk voor jullie digitale uitgaven. Hoe belangrijk zijn die?**

'Wij maken niet standaard van elk boek een digitale versie. Het is elke keer een afweging, die begint met de basale vraag: waarom moet dit onderwerp een boek worden? Het merendeel van onze titels verschijnt nog steeds alleen op papier, omdat dit simpelweg de beste vorm is. De toegevoegde waarde van vormgeving laat zich niet makkelijk digitaal vertalen. Wel voorzie ik in de toekomst meer combinaties.'

**Zoals?**

'Ik noem het een digitale component als aanvulling op de papieren editie. Wij hebben een boek gemaakt over digitale kunst, *Curating Digital Art*. Het lag voor de hand om daar ook digitaal iets mee te doen. Dat hebben we gedaan in de

**'Het is leuk om te merken dat jonge studenten nog steeds van een goed gemaakt boek houden'**



vorm van een website die extra verdieping biedt. Bij een andere titel over digitale kunst hebben we een app gemaakt om de besproken kunstwerken ook digitaal te ervaren. Ik verwacht dat we dit soort combinaties van fysiek en digitaal meer gaan zien. Maar het papieren boek blijft het belangrijkste. Een aantal jaar geleden dacht ik dat zeker de helft van onze titels digitaal zou worden, maar dat is niet zo.'

**Publieksbeurzen**

**Is het boekenlandscap erg veranderd sinds jij hier begon?**

'Ik heb nog een stukje meegemaakt van vóór de economische crisis, toen er nog echt veel kon. Daarna is de markt afgekald, mensen zijn minder boeken gaan kopen. Het is leuk om te merken dat jonge studenten nog steeds van een goed gemaakt boek houden. Ik merk bij hen een soort gretigheid, ze hebben vaak echt belangstelling voor hoe een boek is gemaakt. Gelukkig is er nog steeds een grote groep mensen die dat kan waarderen.'

**Waar ontmoet je deze lezers?**

'We werken samen met veel internationale distributeurs die in de kunstwereld actief zijn, waaronder Idea Books voor Europa, Azië en Australië. Ons publiek is relatief jong, vaak zijn het mensen die zelf werkzaam zijn in de kunst en cultuur, onder wie veel studenten en academici. Die bereiken we door online actief te zijn en over de hele wereld publieksbeurzen te bezoeken. Vooral kunstboekenbeurzen zoals de New York Art Book Fair. Dat is *huge*, in een weekend komen daar met gemak 25.000 bezoekers. Niet alleen vakmensen maar een algemeen publiek. We staan daar niet zozeer voor de verkoop maar vooral voor de contacten en om inzicht op te doen. Ook organiseren we evenementen samen met allerlei partners. Bijvoorbeeld lezingen en debatten naar aanleiding van een titel, in ieder geval iets dat méér is dan een klassieke boekpresentatie.'

**Maak je je zorgen over de ontleding?**

'Ik maak me meer zorgen over de afvlakking binnen de maatschappij, waardoor mensen die niet rijk zijn minder mogelijkheden hebben om gebruik te maken van dingen die niet rechtstreeks met hun levensonderhoud te maken hebben. Voor Valiz is het fijn dat wij zo gespecialiseerd zijn. Mensen die onze boeken kopen blijven dat doen, ook omdat het vaak onderdeel is van hun werk of studie. De specialisatie is onze kracht. Ik hoef me in die zin minder zorgen te maken dan grote uitgeverijen die gevoeliger zijn voor algemene trends.'

**Wat kan het boekenvak hier aan doen?**

'Ik vind vooral dat we niet moeten blijven hangen in negativiteit. Het is een lastige tijd, dat wil ik niet ontkennen, maar je hebt er niets aan om daar de nadruk op te leggen. We kunnen beter kijken naar wat er allemaal wél kan. Als boekenvak hebben we superveel *skills*, veel goede mensen, fantastische boekhandels. Laten we uitgaan van onze kracht. Natuurlijk zal er weerstand zijn, dat hebben we tijdens corona ook gezien, onze sector is altijd de eerste waarop wordt bezuinigd. Maar ik geloof dat je eerder iets bereikt door te laten zien wat je waard bent, dan door te klagen.'

**Ordelijke chaos**

In maart 2022 won *On the Necessity of Gardening* van Valiz de Gouden Letter voor het best vormgegeven boek ter wereld. Een vakjury koos het boek uit ongeveer 600 inzendingen afkomstig uit 30 landen. Het boek is vormgegeven door Bart de Baets en samengesteld door Laurie Cluitmans. Wilco Art Books tekende voor de lithografie en druk.



Uit het juryrapport: 'Tunieren betekend de natuur vormgeven, de structuur geven aan de wildernis. Het ontwerp van deze eigen-tijdse tuinencyclopedie weerspiegelt dit op een bijzondere manier. De opstelling van de tekstvakken doet denken aan goed onderhouden bloembedden met een hoog rendement. (...) Het boek barst van de energie. De kijker wordt ondergedompeld, elke pagina is anders, maar je verdwaalt nooit. (...) Virtuoots zetwerk, ordelijke chaos, een uiterst karakteristieke omslag, geweldige druk, binding, verwerking - slechts enkele opmerkingen die de fascinatie voor dit werk en de toekenning van de Gouden Letter verklaren.'