



LITERAATUUR
MUSEUM

De wonder-
baarlijke
geboorte van

KAAS



literatuurmuseum.nl / verhalen / elsschot

LESPAKKET

Kaas marcheert altijd



OPDRACHTEN BIJ
HET VERHAAL OVER
WILLEM ELSSCHOT

Kaas marcheert altijd

‘Waarde vriend,
Mijn welgemeenden dank voor je mooie kritiek over *Kaas* in het Vaderland, niet zoozeer wegens den lof als wel omdat uit die kritiek blijkt dat gij u de moeite gegeven hebt in *Kaas* door te dringen tot op de wormen. Ik zie dat je *Kaas*, en trouwens mijn heele werk, perfect begrepen hebt. Er zijn dus mensen voor wie mijn stijl geen geheimen heeft en dat is veel waard.’

— Brief van Elsschot aan Menno ter Braak
Antwerpen, 7 december 1933

Willem Elsschot neemt in zijn boek *Kaas*, aangemoedigd door Menno ter Braak, een inleiding op over stijl. Maakt Elsschot, naast schrijver ook reclameman, hiermee bewust reclame voor het boek en zijn eigen vakmanschap? Dat is in elk geval wel het effect. Recensenten prijzen het boek uitbundig. Ze roemen de stijl van de roman en nemen Elsschots ideeën over in hun kritieken. Elsschots literaire reputatie als groots stilist is neergezet.



Opdracht 1

Lees het artikel 'Willem Elsschot! Deze naam is bezig een programma te worden', over de 'publiciteitscampagne' rond de verschijning van *Kaas*.

1

Als jij een boek wilt gaan lezen, hoe bepaal je dan je keuze? Laat je je vooral leiden door de titel van het boek, het omslag en de flaptekst? Speelt de mening van je vrienden, je docent of recensenten ook een rol?

2

Lees je weleens recensies van boeken of films voordat je een boek leest of een film bekijkt?

3

Is de mening van anderen van grote invloed op hoe jij een boek, een film, een concert of tentoonstelling ervaart? Komt jouw mening meestal overeen met die van je vrienden of juist meestal niet? En hoe zit dat met de mening van recensenten?



Opdracht 2

Elk jaar verschijnen er duizenden nieuwe boeken in Nederland. Opvallen tussen al die boeken is van groot belang voor de verkoopcijfers. Een aansprekend omslagontwerp, een goede flaptekst of citaten met aanbevelingen van anderen (ook wel 'blurbs' genoemd) zijn bekende hulpmiddelen daarbij. Sommige boeken krijgen bovendien nog aandacht in grotere campagnes. Van die boeken hangen bijvoorbeeld posters in bushokjes, ze krijgen advertenties in tijdschriften of ze worden besproken in televisieprogramma's.

Naast de promotie van individuele titels, zijn er ook promotiecampagnes voor lezen en literatuur in het algemeen. Denk maar aan de Boekenweek, de campagne 'Nederland leest' of het 'Jaar van het boek'.

1

Kun je een voorbeeld noemen van een boek dat een grote promotiecampagne heeft gekregen? Waaruit bestond die campagne?

2

Kun je een voorbeeld noemen van boekpromotie die jou getriggerd heeft een boek te gaan lezen? Welk boek was dat en waaruit bestond de promotie?



Opdracht 3

Elsschots Inleiding bij *Kaas* zou je kunnen zien als een marketingmiddel bij de verschijning van het boek. Het bleek in elk geval een effectieve manier om het boek én Elsschot zelf, met behulp van recensenten, op de literaire kaart te zetten.

1

Als je een moderne publiciteitscampagne rond de verschijning van *Kaas* zou moeten maken, staan er veel verschillende mogelijkheden tot je beschikking. Welk marketingmiddel lijkt jou effectief? Maak een keuze uit:

- a) Een opvallend en aansprekend omslagontwerp, inclusief een goede flaptekst met bijvoorbeeld 'blurbs' van Jan Greshoff en Menno ter Braak.
- b) Een boektrailer bij *Kaas*.
- c) Een flashmob waarin het boek *Kaas* een rol speelt.
- d) Een mannequin-challenge waarin het boek *Kaas* een rol speelt.
- e) Een andere vorm van (guerilla)marketing.

2

Werk de publiciteitscampagne die je bij vraag 1 gekozen hebt verder uit.

Tips voor het maken van een boektrailer kun je vinden in dit [filmpje](#)  van MovieZone van EYE.

Zoek op internet naar voorbeelden van guerillamarketing

3

Deel het resultaat van je publiciteitscampagne met het Literatuurmuseum via Twitter: twitter.com/Litmuseum.

