

Hard Gras: de gouden bal van de literaire tijdschriften

Een onderzoek naar de succesfactoren en de ontwikkeling van het voetbaltijdschrift



Masterscriptie

Master letterkunde

Specialisatie Literair Bedrijf

Kim van Veggel, s4600177

Begeleider: prof. dr. J. Joosten

Tweede lezer: dr. J. Muijres

1 mei 2020

Inhoudsopgave

1.	Abstract.....	4
2.	Status questionis.....	5
	2.1.Status van sport- & literatuuronderzoek.....	5
	2.2.Tijdschriftenonderzoek.....	7
	2.3.Eerder onderzoek naar <i>Hard Gras</i>	9
	2.4.Materiaal & methode.....	10
3.	Literaire voetbaltijdschriften in het buitenland.....	12
	3.1. <i>When Saturday Comes</i>	12
	3.2. <i>Der Tödliche Pass</i>	15
	3.3. <i>Hard Gras</i> vs. Het buitenland	17
4.	De uitgevers en financiën van <i>Hard Gras</i>	19
	4.1.De uitgevers.....	19
	4.2.De financiën	21
5.	<i>Hard Gras</i> het tijdschrift.....	23
	5.1.De medewerkers van <i>Hard Gras</i>	23
	5.2.De artikelen	26
	5.3.De voorwoorden.....	28
	5.3.1.De opbouw.....	28
	5.3.2.Het doel van <i>Hard Gras</i>	29
	5.3.3.Maatschappij en kritiek	31
	5.3.4.Jubilea.....	32
	5.3.5.Medewerkers	33
	5.3.6.Lezerspost.....	34
	5.3.7.Overig	35
6.	<i>Hard Gras</i> en andere activiteiten	37
	6.1.Nevenactiviteiten.....	37
	6.2. <i>Hard Gras</i> Prijs voor de journalistiek	40
	6.3. <i>Hard Gras</i> in de prijzen	41
7.	<i>Hard Gras</i> in andere media.....	42
	7.1. <i>Hard Gras</i> op tv	42
	7.2. <i>Hard Gras</i> website	42
	7.3. <i>Hard Gras</i> op Facebook.....	45
	7.4. <i>Hard Gras</i> op Instagram	52
	7.5. <i>Hard Gras</i> op Twitter.....	54

8.	<i>Hard Gras</i> (be)oordeelt.....	56
8.1.	Receptie.....	56
8.2.	Reclame.....	58
9.	Conclusie.....	60
10.	Bibliografie.....	64
11.	Bijlagen	71
	Bijlage 1: mailcorrespondentie Ambo Anthos	71
	Bijlage 2: Medewerkers <i>Hard Gras</i>	72

1. Abstract

Hard Gras is a literary football magazine, the first edition came out in September 1994. It was an idea by Matthijs van Nieuwkerk and Henk Spaan. Football and literature is not a common combination and therefore it seems weird to make a magazine that combines both. However, football is for everyone and so is literature, even though not everyone likes it or understands it. Literary magazines are having a hard time. People do not want to read them anymore so it is hard to keep your head in the game. Therefore, it is remarkable that *Hard Gras* is still going strong, even after 25 years. It is still the most popular literary magazine in The Netherlands with the highest amount of subscriptions. In this thesis is researched how and why *Hard Gras* is so popular. The comparison with England and Germany has been made, because England has *When Saturday Comes* and Germany has *Der Tödliche Pass*. *Hard Gras* has been published by several publishers. What is their contribution to the reputation of the magazine? How does the magazine manage to stay healthy moneywise? By looking at the first 129 editions of *Hard Gras* a list of all the people who have written articles for one or more editions has been made. Dutch, international, young, old, a writer, a former footballer, everyone is welcome to join the club, but only if you have a good football story to share in a literary way. *Hard Gras* is not only a magazine, there are a lot of events that help to stimulate the contact with the readers and therefore to encourage the popularity of the magazine. Since social media is a big part of our live, it is important for brands to go online. So does *Hard Gras*, it has a Facebook-, Instagram- and Twitter account. Especially on Facebook the editors publish quite often. The presence on social media also helps to encourage the popularity. The formula to make *Hard Gras* has not really changed the past 25 years. The base to create the magazine was and still is a big passion for football. This enthusiasm has led to the popularity the magazine nowadays has and probably will have in the future if they can manage to continue the way they did since the beginning.

2. Status questionis

2.1. Status van sport- & literatuuronderzoek

Het literaire voetbaltijdschrift *Hard Gras*¹ verbindt voetbal en literatuur. Dit is interessant omdat de verhouding tussen sport en literatuur nogal complex is: ‘Kunstenaar en atleet gaan, beleefd en een beetje verlegen glimlachend, elkaar steeds weer voorbij.’² Toch waren er ook in de vorige eeuw al schrijvende voetballers. Herman Gorter, Harry Mulisch, Frederik van Eeden, Hendrik Marsman en Simon Vestdijk zijn namen die naast hun schrijversbezigheden ook af en toe een balletje traptten.³ Deze schrijvende voetballers schreven echter nauwelijks over voetbal, Mulisch ontkent zelfs iets te hebben met voetbal: ‘Ik moet eerlijk bekennen dat ik de regels van het voetbal helemaal niet ken. Het interesseert mij geen bal. Geen voetbal zo gezegd. De sportpagina’s gooi ik ook meteen weg. Dat soort dingen is aan mij niet besteed. Ik lees liever een boek. Een goed boek wel te verstaan.’⁴ Echter, er waren ook auteurs die hun liefde voor de sport niet verbloemden: ‘Vestdijk is een van de weinige schrijvers geweest, die ook in zijn literaire werk gewoon schreef over voetbal.’⁵ En met hem schreven ook Godfried Bomans en Cees Buddingh over voetbal. Ondanks het taboe op de combinatie van sport en literatuur, werden beide zaken dus wel degelijk gecombineerd. Dat valt te verklaren omdat uit cijfers van het CBS blijkt dat voornamelijk de hoog opgeleide mensen sporten, hoezeer er ook geprobeerd wordt iedereen aan het sporten te krijgen.⁶ En aangezien ook literatuur meer iets is voor de ‘elite’, kan het niet anders dan dat beide samen komen.

Hard Gras is in Nederland het eerste en tot nu toe enige literaire tijdschrift dat voetbal en literatuur verbindt. Het eerste nummer kwam uit in 1994, omdat Matthijs van Nieuwkerk en Henk Spaan het idee hadden dat Nederland rijp was voor een ‘literair getint voetbalblad.’⁷ Matthijs van Nieuwkerk is inmiddels natuurlijk bekend als presentator van *De Wereld Draait Door*, maar vijftientig jaar geleden was hij nog geen tv-persoonlijkheid. Henk Spaan presenteerde in de jaren 80 verschillende tv-programma’s en vanaf 1993 richtte hij zich enkel nog op de sport. Zo presenteerde hij het sportprogramma *Studio Spaan* vier seizoenen lang.⁸

¹ In artikelen of voorwoorden werden namen van tijdschriften of tv-programma’s niet altijd gecursiveerd weergegeven. Voor de congruentie is in de gehele scriptie gekozen voor cursivering, ook als dat eigenlijk niet het geval was.

² De Witte & Vanden Eynde 1968, 11

³ Brouwer, Meinderts, Spaan & Staal 2000, 7-13

⁴ Mulisch 1996, Elf

⁵ Brouwer et al. 2000, 19

⁶ Pulles & Breedveld 2015

⁷ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 1, voorwoord

⁸ Dit was een satirisch programma over voetbal op de Vara van 2000 tot 2003 gepresenteerd door Henk Spaan. Speciaal voor de *Hard Gras* tour is het team weer samengekomen om filmpjes te produceren.

Hij heeft ook vier dichtbundels, een aantal columnbundels en drie boeken uitgebracht, waarvan de laatste wellicht de bekendste is: *Nouri. De belofte* (2018) over de 22-jarige Ajax-voetballer die in 2017 op het voetbalveld een hartstilstand kreeg en sindsdien in minimale staat van bewustzijn verkeerd, hoewel hij wel weer thuis is.⁹ In *Hard Gras* verschijnen onder andere fictieve verhalen, interviews, columns en gedichten. Soms is er sprake van een special, volledig gewijd aan één thema. De combinatie van literatuur en voetbal is dus duidelijk aanwezig. *Hard Gras* is als onderzoeksgebied niet alleen interessant omdat het voetbal en literatuur combineert, het is ook interessant omdat het een tijdschrift betreft. Met name literaire tijdschriften hebben het namelijk zwaar in het hedendaagse literaire veld:

De meeste tijdschriften hebben nog maar een paar honderd abonnees, uitgevers zien de tekorten voor het tijdschrift oplopen en zitten ermee in hun maag, boekhandels hebben een hekel aan de onverkoopbare tijdschriften, bibliotheken kopen ze al jaren niet meer in en dag- en weekbladen bespreken zelden wat er in de tijdschriften staat.¹⁰

Opvallend is dat *Hard Gras* niet lijdt onder dit fenomeen. Het tijdschrift blijft onverminderd populair met zo'n tienduizend exemplaren per editie en uitschieters naar vijftienduizend bij specials.¹¹ Waarom het *Hard Gras* wel lukt om het hoofd boven water te houden zal in het verdere verloop van deze scriptie onderzocht worden. De combinatie van sport (voetbal) en literatuur is weinig onderzocht. Er bestaan twee toonaangevende Amerikaanse tijdschriften met artikelen over onderzoek naar sportonderwerpen. Het eerste tijdschrift is *Aethlon: The Journal of Sport Literature* en hierin worden allerlei academische onderzoeken naar sport beschreven 'to celebrate the intersection of literature with the world of play, games, and sport.'¹² Gender en seksualiteit speelt in verschillende artikelen van dit tijdschrift een rol. Voetbal was, inmiddels niet meer, altijd een mannensport en vanuit dit perspectief zijn verschillende onderzoeken uitgevoerd. Zo is er bijvoorbeeld gekeken naar romans waar voetbal en het mannelijke een rol zouden spelen.¹³ Ook is er onderzoek gedaan naar de esthetische kwaliteit van voetbalwedstrijden.¹⁴ Naast *The Journal of Sport Literature* is er ook *The Journal of Sport History*. Dit tijdschrift zet zich in voor de bevordering van de studie naar

⁹ Auteur onbekend 2020, *nu.nl*

¹⁰ Temme 2009, 1

¹¹ School 2015, *Het Parool*

¹² The sport literature association, Journal: Aethlon

¹³ Phipps 2010

¹⁴ Kilpatrick 2009

alle aspecten van de sportgeschiedenis.¹⁵ Er wordt onder andere geschreven over drie verschillende manieren van schrijven over voetbal¹⁶, over de opkomst van het Amerikaanse vrouwenvoetbalelftal¹⁷ en de invloed van sport tijdens bijvoorbeeld de Tweede Wereldoorlog of ten tijde van de Apartheid.¹⁸ Dit zijn slechts enkele onderzoeken die zijn gedaan op het gebied van voetbal. Er zijn geen onderzoeken gedaan die ingaan op de relatie tussen voetbal en literatuur, behalve de analyse van specifieke romans. De relevantie van deze scriptie zit dan ook in het feit dat literaire voetbaltijdschriften in zowel binnen- als buitenland nog nauwelijks zijn onderzocht. Dit levert ook meteen het probleem op dat er geen voorbeeld is waar deze scriptie zich aan kan vasthouden. Er is in Nederland wel eerder onderzoek gedaan naar *Hard Gras*, zoals in paragraaf 2.3 zal blijken. Dit is echter niet vanuit een algemene beschouwing zoals in deze scriptie. Dat er sprake is van een braakliggend terrein valt waarschijnlijk deels te verklaren door het taboe op de combinatie van sport en literatuur, in het specifieke geval van deze scriptie van voetbal en literatuur. Pas vanaf de jaren negentig gingen historici zich meer met sport bezighouden, maar dit was vooral vanuit een sociaalhistorisch perspectief.¹⁹

2.2. Tijdschriftenonderzoek

Tijdschriften voor het algemene publiek zijn er al sinds eind zeventiende eeuw, al leken tijdschriften in deze tijd nog vooral op kranten. In de achttiende eeuw gaat het vermaak een grotere rol spelen bij de tijdschriften. Als het in de negentiende eeuw steeds makkelijker wordt om afbeeldingen te drukken ontstaan er tijdschriften vol illustraties. Daarnaast wordt er meer ingespeeld op bepaalde groepen, zoals het uitbrengen van tijdschriften speciaal voor dames. Vanaf de 20^e eeuw staan de tijdschriften vol met foto's, eerst enkel in zwart-wit, later ook in kleur. De specialisatie van de tijdschriften duurt voort, elke groep krijgt een eigen tijdschrift en tijdschriften worden steeds aantrekkelijker door de kleurenfotografie. Echter, vanaf de 21^{ste} eeuw geldt 'Tijdschriften bestaan ook steeds korter. Vaak wordt er even geprobeerd of een blad het 'doet'; zo niet, dan wordt het weer van de markt gehaald. Op allerlei fronten is er inmiddels concurrentie te zien van internet.'²⁰

De hierboven geschetste geschiedenis heeft vooral betrekking op de algemene ontwikkeling van het tijdschrift, het literaire tijdschrift is echter nog een vak apart. Het is

¹⁵ The journal of sport history, Homepage

¹⁶ Lisle 2012, 157-161

¹⁷ Liberti 2011, 331-332

¹⁸ Lisle 2014, 352-354

¹⁹ Haverkamp 2019, 12

²⁰ Koninklijke Bibliotheek, Boekgeschiedenis 300 tijdschriften: inleiding en titelindex

lastig een ‘literair tijdschrift’ te definiëren. Bakker (1986) heeft zich eraan gewaagd en hij zegt het volgende:

Een literair tijdschrift is een drukwerk dat op enigszins geregelde tijden uitkomt, met inhoud, vorm en toon toegespitst op een bepaald publiek. Meestal bestaat dit publiek uit een groep mensen met gelijke literatuuropvattingen. Doordat het literaire tijdschrift in zijn ideale vorm nieuwe poëzie, nieuw proza, kritieken en beschouwingen bevat, kan het een hechte band onderhouden tussen productie, kritiek en publiek. Soms grenst een literair tijdschrift aan het literatuurwetenschappelijke tijdschrift, soms aan het (betere) magazine. De functie van het literaire tijdschrift kan enerzijds worden omschreven in relatie met de lezersgroep (de ‘doelgroep’), anderzijds in relatie met de literaturopvatting van degenen die voor het blad verantwoordelijk zijn als redacteurs en schrijvers.²¹

Wordt deze definitie toegespitst op *Hard Gras* dan is het lezerspubliek geïnteresseerd in voetbal en wilt de lezer artikelen lezen van hoogstaande literaire kwaliteit, zoals gedichten of bepaald proza. Aangezien *Hard Gras* al 25 jaar populair is, lijkt de concurrentie van het internet en de teloorgang van andere (literaire) tijdschriften weinig invloed te hebben op het voetbaltijdschrift. De teloorgang van het tijdschrift heeft er voor gezorgd dat tijdschriftonderzoek niet meer zo vanzelfsprekend is als een eeuw geleden. Er bestaat echter nog steeds een tijdschrift, het *Tijdschrift voor tijdschriftstudies*, en dit tijdschrift ‘publiceert artikelen die betrekking hebben op Nederlands tijdschriftonderzoek.’²² Het voordeel bij tijdschriftenonderzoek is dat er bijvoorbeeld naar grotere groepen gekeken kan worden in plaats van naar het individu: ‘Waar het historische individu het best tot leven komt in briefwisseling, dagboek of memoires, krijgen grotere groeperingen een gezicht in tijdschriften.’²³ Er zijn vele verschillende invalshoeken mogelijk om tijdschriftenonderzoek te doen: ‘door middel van tijdschriftonderzoek kunnen tal van cultuurhistorische ontwikkelingen en thema's worden beschreven en geïnterpreteerd. In de letterkunde, de geschiedschrijving, de sociologie en tal van andere disciplines neemt het tijdschriftonderzoek dan ook een centrale plaats in.’²⁴ Nu het tijdschrift steeds meer uit het literaire veld verdwijnt, wordt onderzoek juist steeds relevanter omdat alleen zo vastgesteld kan worden wat er precies aan de hand is in

²¹ Bakker 1985, 13-14

²² Historici.nl, *Tijdschrift voor tijdschriftstudies*

²³ Redactie *Tijdschrift voor Tijdschriftstudies* 1997 (1), 2-3

²⁴ Redactie *Tijdschrift voor Tijdschriftstudies* 1997 (2), 1

het literaire veld en waarom sommige tijdschriften, zoals *Hard Gras*, wel populair blijven. Waarschijnlijk is de digitalisering van de media één van de grootste redenen, zo niet dé grootste reden, voor de zwakkere positie van het literaire tijdschrift: ‘Met de opkomst van het internet zijn papieren periodieken in zwaar vaarwater terecht gekomen.’²⁵

Bij onderzoek naar tijdschriften kan gekeken worden naar een tijdschrift op zichzelf, bijvoorbeeld hoe het inhoudelijk in elkaar steekt. Toch moet er vaak ook naar de context gekeken worden om iets zinnigs te kunnen zeggen over de positie van het tijdschrift in het literaire veld. Daarnaast kunnen er ook meerdere tijdschriften met elkaar vergeleken worden, bijvoorbeeld tijdschriften die op het eerste oog op elkaar lijken qua visie of inhoud, of juist tijdschriften die compleet anders zijn en daardoor beide konden/kunnen voortbestaan. Tijdschriften worden gelezen door lezers, dus er kan ook een lezersonderzoek uitgevoerd worden om meer te weten te komen over de lezers. Deze informatie kan weer helpen een tijdschrift te verbeteren of te veranderen en zo meer tegemoet te komen aan wat de lezer graag wilt.

2.3. Eerder onderzoek naar *Hard Gras*

Hard Gras is nog nauwelijks wetenschappelijk bestudeerd. Er zijn slechts twee onderzoeken gedaan naar het voetbaltijdschrift. Marc van Zoggel heeft gekeken naar de positioneringsstrategieën van *Hard Gras*; hoe heeft het tijdschrift een plek weten te krijgen binnen de niche van de literaire tijdschriften?²⁶ Het andere onderzoek betreft, net als dit, een masterscriptie. Martin Brester heeft gekeken naar de receptie in dag- en weekbladen en hieruit bleek dat het tijdschrift als redelijk literair beschouwd wordt, maar dat het ook voor het ‘alledaagse’ publiek leuk is om te lezen.²⁷ Voor beide onderzoeken geldt dat het al een hele tijd terug is dat ze zijn uitgevoerd. Het onderzoek van Van Zoggel is van 2009, terwijl het artikel dat naar aanleiding van Bresters scriptie is verschenen in *Tijdschrift voor tijdschriftstudies* uit 2001 komt. Des te interessanter wordt het om minimaal tien jaar later *Hard Gras* opnieuw onder de loep te nemen en een algemenere beschouwing over het tijdschrift te schrijven.

²⁵ Redactie Tijdschrift voor Tijdschriftstudies 2006 (20), 4

²⁶ Van Zoggel 2009, 37-56

²⁷ Brester 2001, 17-24

2.4. Materiaal & methode

Het onderzoek dat in deze scriptie uitgevoerd zal worden heeft betrekking op de ontwikkeling van *Hard Gras* de afgelopen 25 jaar binnen het literaire veld, gezien in het licht van de algemene teloorgang van het tijdschrift. De onderzoeksvraag luidt dan ook:

‘Hoe kan het succes van het literaire tijdschrift *Hard Gras* verklaard worden binnen het hedendaagse literaire veld?’ Met succes wordt de immense populariteit van het tijdschrift verstaan, zichtbaar in onder andere de eerder genoemde oplage van tienduizend exemplaren per editie.

Aan de hand van zes deelvragen zal deze hoofdvraag onderzocht worden:

1. In hoeverre zijn er soortgelijke literaire voetbaltijdschriften in Engeland en Duitsland te vinden?
2. Welke rol speelt de uitgever bij het succes van *Hard Gras*?
3. Op welke manier houdt *Hard Gras* financieel het hoofd boven water?
4. Welke bijdragen leveren de medewerkers aan *Hard Gras* en wat is hun positie binnen het literaire veld?
5. Hoe zit *Hard Gras* inhoudelijk in elkaar?
6. In hoeverre profileert *Hard Gras* zich in andere media?

Deze vragen spelen allemaal een belangrijke rol bij het beantwoorden van de onderzoeksvraag omdat ze laten zien welke ontwikkeling *Hard Gras* heeft doorgemaakt en wat dat doet met de positie in het literaire veld. Zo wordt in deelvraag 2 uitgezocht waarom *Hard Gras* maar liefst drie keer is gewisseld van uitgever terwijl de populariteit niet veranderde. Het beantwoorden van deelvraag 3 zorgt voor duidelijkheid van het financiële plaatje van het tijdschrift. Met deelvraag 4, 5 en 6 kan de positie van het tijdschrift vastgesteld worden in het literaire veld.

Het corpus bestaat uit de 129 uitgebrachte nummers van *Hard Gras* van september 1994 tot en met december 2019, krantenartikelen over andere literaire voetbaltijdschriften in Engeland en Duitsland verkregen via Nexis Uni en de verschillende sociale media-accounts van *Hard Gras*. Zoals gezegd is er geen eerder onderzoek te vinden naar andere literaire voetbaltijdschriften, vandaar dat er enkel met krantenartikelen gewerkt kan worden. Voor Engeland gaat het om het tijdschrift *When Saturday Comes*. Enkel zoeken op de titel van het tijdschrift leverde 2899 hits op. Dit aantal is ingeperkt door alleen de artikelen te kiezen die

werkelijk in kranten zijn gepubliceerd en waar het woord ‘magazine’ genoemd wordt. *When Saturday Comes* is namelijk ook een film, maar in dit onderzoek draait het om het tijdschrift. Tot slot is ervoor gekozen om enkel de Engelstalige artikelen van Engelse kranten op te nemen in het corpus. Deze inperkingen leverden op maandag 18 november 2019 130 zoekresultaten op, waarvan er veertien relevant bleken. In Duitsland is er het literaire voetbaltijdschrift *Der Tödliche Pass* en deze zoekterm leverde op woensdag 20 november 109 zoekresultaten op, waarvan acht relevant voor het hoofdstuk. In dit geval is de zoekterm niet verder ingeperkt, zodat het onderzoek naar de twee grootste buitenlandse voetbaltijdschriften qua omvang van het corpus enigszins gelijk is. Bovendien waren er geen anderstalige artikelen, dan het Duits, waar gesproken wordt over *Der Tödliche Pass*.

De verschillende nummers van *Hard Gras* zijn voor een deel aanwezig in de Universiteitsbibliotheek te Nijmegen: nummer 1 (1994) t/m 66 (2009), alleen nummer 2, 7 en 21 ontbreken. Het overige deel is aanwezig in de Koninklijke Bibliotheek in Den Haag. Er zal dus minimaal één keer naar Den Haag gereisd moeten worden om deze nummers in te zien. Mogelijk zal er ook contact opgenomen moeten worden met de redactie en/of de uitgever om antwoord te krijgen op vragen, bijvoorbeeld om te achterhalen welke inkomsten *Hard Gras* heeft waardoor ze kan blijven bestaan.

3. Literaire voetbaltijdschriften in het buitenland

Niet alleen in Nederland, ook in het buitenland zijn literaire voetbaltijdschriften populair. In Engeland is er zoals al genoemd *When Saturday Comes* en Duitsland heeft *Der Tödliche Pass*. In dit hoofdstuk zal er gekeken worden naar krantenartikelen waar deze tijdschriften in genoemd worden om te zien wat er gezegd wordt over de relatie tussen voetbal en literatuur en of er in deze artikelen naar elkaar verwezen wordt.

3.1. *When Saturday Comes*

Het eerste nummer van *When Saturday Comes* (WSC) komt uit 1986. Het doel was om gesprekken over voetbal naar een hoger niveau te tillen: ‘it aims to provide a voice for intelligent football supporters, offering both a serious and humorous view of the sport.’²⁸ Al snel werd het tweemaandelijks tijdschrift populair. Dit is opvallend want in de jaren 80 en 90 van de vorige eeuw was voetbal in Engeland lang niet altijd populair: ‘if the game itself wasn’t dying, the fans certainly were.’²⁹ Voor een deel wordt hiervan de oorzaak gezocht in de drie grote tragedies van het Engelse voetbal. In 1985 stierven 56 mensen door een brand op de droge houten tribune van Bradford. Slechts achttien dagen later was het bekende Heizeldrama waar 39 mensen omkwamen bij rellen tijdens de Europa League finale tussen Juventus en Liverpool. Vier jaar later, in 1989, vond de ramp van Hillsborough plaats tijdens een halve finale van de FA cup tussen Nottingham Forest en Liverpool.³⁰ 96 mensen kwamen om toen er chaos en paniek uitbrak omdat er meer mensen toegelaten werden dan toegestaan was en er slechts één ingang open was voor al het publiek.³¹ Deze tragedies leidden er onder andere toe dat de regering ingreep en staanplaatsen vanaf toen verboden waren in stadions. Al in 1990 gaat het weer de goede kant op het met Engelse voetbal als Engeland de halve finale van het WK weet te bereiken: ‘people are coming back to football and they are bringing their children.’³² In augustus 1995 zijn er maar liefst 67 verschillende voetbaltijdschriften te vinden bij een boekenkraam in Londen. Engeland is de voetbalrampen te boven gekomen, het voetbaltijdschrift wordt steeds meer erkend als medium en er is voor ieder wat wils³³, zo ook voor de supporter die een wat serieuzer blad wil en kan kiezen voor *When Saturday Comes*.

²⁸ WSC, about WSC

²⁹ Edwards 1995, *The Northern Echo*

³⁰ Edwards 1995, *The Northern Echo*

³¹ Auteur onbekend 1989, *BBC News*

³² Edwards 1995, *The Northern Echo*

³³ White 1995, *The Independent*

Het blad was in eerste instantie slechts een vertakking van het muziekmagazine *Snipe*. De allereerste editie van WSC werd namelijk uitgedeeld aan de mensen die het tweede nummer van *Snipe* ontvingen. Van dit eerste nummer verschenen al 200 exemplaren, elk bestaand uit twaalf pagina's, en het blad kwam vervolgens één keer per twee maanden uit. In 1988, twee jaar na oprichting, was het een bloeiend maandblad dat zowel de nationale als de internationale competities besprak³⁴ en ondanks of misschien zelfs door een verdubbeling van het aantal nummers per jaar, bleven de verkoopcijfers hoog; in 1991 werden meer dan 30.000 exemplaren verkocht en in 1999 was de oplage zelfs 50.000 per maand. Tegenwoordig zit de oplage rond de 20.000.³⁵ *When Saturday Comes* is het grootste onafhankelijke tijdschrift in Engeland, dat wil zeggen dat ze niet verbonden is aan een bepaalde club of bijvoorbeeld de Engelse voetbalbond.³⁶ In al die jaren is het tijdschrift nauwelijks veranderd, zo is de man op de cover nog altijd dezelfde. Al sinds het tweede nummer verschijnt er lezerspost en er werd onder andere een review geschreven in *The Guardian*: 'Suddenly *When Saturday comes* had found an audience, and the audience a platform.'³⁷ In de jaren 80 was WSC uniek en heeft het bijgedragen aan de manier waarop media tegenwoordig over sport schrijven: 'The fanzine culture that WSC popularised was a template for the new vocabulary of puckish humour, critical scrutiny of football's hierarchies and the promiscuous eliding of football with other parts of the popular culture.'³⁸ Toch is WSC ook na 25 jaar nog niet gepopulariseerd, want er staan geen 'sponsor-driven interviews with a captive star, celebrity-driven features'³⁹ in het tijdschrift. Hoewel dat natuurlijk wel de verkoopcijfers zou stimuleren, maar 'we're not in the business of simply saying, 'Hey, we've got Michael Own, he wears adidas boots, isn't he just great'.⁴⁰ Het tijdschrift moet verkopen maar niet ten koste van de kwaliteit.



Bovenste afbeelding: nummer 1, maart 1986
Onderste afbeelding: nummer 393, december

³⁴ Ronay 2011, Guardian.com

³⁵ Flett 2016, York Press

³⁶ Ronay 2019, *The Guardian*

³⁷ Hill 1991, *The Independent*

³⁸ Ronay 2011, Guardian.com

³⁹ Ronay 2011, Guardian.com

⁴⁰ Hill 2003, *The Evening Standard*

Het idee was dat 'WSC would contain "gossip, stories, arguments, serious things that never get discussed anywhere else, like racism at football. "'⁴¹ Het moest een andere toon aanslaan binnen de wereld van de voetbaltijdschriften en tweehonderd nummers later kan gesteld worden dat dat gelukt is. 'Perhaps WSC's greatest achievement as a magazine has been to establish high journalistic and production standards without losing credibility in its readers' eyes.'⁴² WSC is nog steeds enorm populair maar weet ook dat het moet blijven werken aan die populariteit om financieel gezond te blijven en om die reden is er sinds kort een nieuw initiatief gelanceerd. Via crowdfundingwebsite Patreon is het nu mogelijk om geld te doneren. Als je doneert krijg je toegang tot een podcast en andere voordelen.⁴³

Het blad nam de afgelopen jaren in omvang toe van 12 tot 48 pagina's en werd vanaf begin '95 gedrukt in kleur. Sindsdien heeft ze de Engelse markt veroverd en is ze ook aanwezig in actualiteitsprogramma's op tv en op de radio. Dat de redactie andere media niet schuwt heeft mogelijk bijgedragen aan de populariteit en ervoor gezorgd dat het kon blijven voortbestaan, terwijl andere (sport/voetbal)tijdschriften juist steeds vaker van het toneel verdwijnen.⁴⁴ Inmiddels heeft WSC ook verschillende boeken uitgebracht en er zijn zelfs t-shirts te koop. Ook is het tijdschrift online te vinden en is het mogelijk om elke week een nieuwsbrief te krijgen met de belangrijkste updates op voetbalgebied.⁴⁵

Inmiddels bestaat *When Saturday Comes* 33 jaar, wat betekent dat er al heel wat jubilea gevierd zijn. Toen het 25 jaar bestond, in 2011, werden er bijvoorbeeld tijdens de zomer specials uitgegeven. Dat ze de tijd neemt om met jubileumjaren iets extra's te doen is best bijzonder, want 'most commercial anniversaries are largely meaningless - and rightly ignored - but with WSC there is a sense that this really is a moment worth reflecting on.'⁴⁶ Met nog steeds een enorme oplage lijkt het einde van WSC nog niet in zicht. *The Guardian.com* vatte het in 2011 goed samen: 'Twenty-five years on, WSC is still an open forum, open to contributions from all and still ploughing its entirely unbroken furrow. If it is still with us in another 25 years we can be sure at least that there are one or two bits of football yet to be annexed by the forces of greed and inanity.'⁴⁷

⁴¹ Hill 2003, *The Evening Standard*

⁴² Hill 2003, *The Evening Standard*

⁴³ Ronay 2019, *The Guardian*

⁴⁴ Ronay 2011, *Guardian.com*

⁴⁵ WSC, about us

⁴⁶ Ronay 2011, *Guardian.com*

⁴⁷ Ronay 2011, *Guardian.com*

3.2. *Der Tödliche Pass*

Net als in Engeland duurde het in Duitsland enige tijd voordat voetbal echt populair was: ‘Mit dem Abgang des Vokuhila-Fußballers Mitte der 90er war freilich der Weg nicht automatisch geebnet für den Einzug des Massensports in die anspruchsvolle Publizistik.’⁴⁸ De tijden zijn veranderd, voetbal is enorm populair en de combinatie van voetbal en cultuur wordt niet meer vreemd beschouwd. Er bestaan verschillende voetbaltijdschriften, er is een Duitse academie voor voetbalcultuur en er bestaat zelfs een heus elftal van Duitse schrijvers, dat ook deelgenomen heeft aan het WK voor voetballende schrijverselftallen.⁴⁹ *Der Tödliche Pass*, volledige naam *Der Tödliche Pass. Magazin zur näheren Betrachtung des Fussballs*, kwam voor het eerst uit in 1995, een jaar later dan *Hard Gras*, en verschijnt vier keer per jaar. ‘*Der Tödliche Pass* ist ein kritisches, manchmal satirisches, zuweilen intellektuelles, immer inspirierendes Magazin über Fussball im Allgemeinen.’⁵⁰ Ze ‘beschäftigt sich nicht nur mit dem, was täglich, wöchentlich, monatlich in der Fußballwelt geschieht, sondern kümmert sich auch um die Wirkungen, Nebeneffekte, Präsuppositionen und die gesellschaftlichen Folgen von Fußball.’⁵¹ Ook hier spreekt heel duidelijk het intelligente karakter dat ze wilt uitdragen.

Het tijdschrift werd opgericht als kritiek op de commercialisering van het voetbal en het taalgebruik dat werd gebezigd op tv als het over voetbal ging. ‘Irgendwann haben wir gesagt, wir dürfen nicht immer nur schimpfen, sondern müssen auch etwas tun - da haben wir *Den Tödlichen Pass* gegründet. Es war ein kritischer Impetus: Was missfällt uns am Fußballbetrieb?’⁵² De inspiratie voor een literair getint voetbaltijdschrift ontstond dankzij de ‘gut geschriebenen englischen Fanzines.’⁵³, waarbij vermoedelijk onder andere gerefereerd wordt aan *When Saturday Comes*.

De oplage ligt tussen de 250 en 300 exemplaren per nummer. Elk nummer bestaat uit ongeveer 80 pagina's.⁵⁴ Jaren geleden was er nog sprake van een oplage van 500 tot 600, terwijl het in 1995 met 150 exemplaren begonnen is. Er is dus een tijdje sprake geweest van groei maar nu is er sprake van een daling in de verkoop. Naast de mogelijkheid een abonnement af te sluiten is het tijdschrift te koop in drie boekhandels in München.⁵⁵ In 2005, in de periode voorafgaand aan het WK 2006 in Duitsland, is het tijdschrift in de boekhandels terecht gekomen. Dit zorgde tijdelijk voor een enorme boost waardoor er 2500 exemplaren

⁴⁸ Watter 2011, *Süddeutsche Zeitung*

⁴⁹ Deutscher Fussball-Bund, Autoren-national Mannschaft

⁵⁰ *Der Tödliche Pass*, konzept

⁵¹ *Der Tödliche Pass*, konzept

⁵² Fischer 2015, *Süddeutsche Zeitung*

⁵³ Watter 2011, *Süddeutsche Zeitung*

⁵⁴ Fischer 2015, *Süddeutsche Zeitung*

⁵⁵ Fischer 2015, *Süddeutsche Zeitung*

verkocht werden. Het succes was echter niet zo enorm en het financiële risico te groot, waardoor na het WK besloten werd de verkoop in boekhandels stop te zetten, op de drie boekhandels na.⁵⁶ Met de huidige kleine oplage van 250 à 300 is het financieel zwaar om het tijdschrift te blijven produceren. Auteurs die meewerken, waarvan ongeveer tien op regelmatige basis, schrijven vaak gratis of betalen zelfs omdat ze ook abonnee zijn.⁵⁷ Het is opvallend dat dus zowel de Engelse als de Duitse variant van het literaire voetbaltijdschrift financieel moet opletten zodat het hoofd boven water blijft, terwijl de oplage van WSC ongeveer tachtig keer zo groot is als die van *Der Tödliche Pass*.

Het tijdschrift werd niet alleen positief ontvangen; de artikelen zouden te academisch geschreven zijn. Tegelijk is dat juist wat de oprichters, Stefan Erhardt, Johannes John en Claus Melchior, wilden bereiken en een bepaald intellectueel niveau wordt dan ook verwacht van de lezer.⁵⁸ ‘Beim *Tödlichen Pass* versteht man Fußballkritik als Disziplin wie die Literatur- oder Filmkritik, als ein Genre mit eigenen Kriterien. Fußballkritik ist etwas anderes als ein kritischer Artikel über RB Leipzig.’⁵⁹ Inhoudelijk komen er veel verschillende genres aan bod, het bevat onder andere boekbesprekingen, sonnetten, terugkerende rubrieken zoals ‘Kunstschuss’, dagboekachtige fragmenten en originele foto’s.⁶⁰

Der Tödliche Pass is duidelijk een kleiner tijdschrift dan *When Saturday Comes*, terwijl voetbal in beide landen volkssport nummer één is.⁶¹ Het ligt buiten het bestek van deze scriptie om onderzoek te doen naar de redenen hiervoor, maar het geeft in ieder geval aan dat in elk land het bestaan van het literaire voetbaltijdschrift op een andere manier functioneert binnen het literaire veld. Ook blijkt uit de gelezen artikelen dat er nauwelijks naar elkaar verwezen wordt, terwijl er toch een aanzienlijke kans is dat ze van elkaars bestaan af weten, omdat het literaire voetbaltijdschrift uniek is in zijn soort. Beide tijdschriften laten duidelijk zien dat ze intellectuele en literaire artikelen willen aanbieden om zo cultuur en literatuur met voetbal te verbinden. Daarnaast wordt ook duidelijk dat het financieel niet makkelijk is een literair voetbaltijdschrift te produceren.

⁵⁶ Watter 2011, *Süddeutsche Zeitung*

⁵⁷ Fischer 2015, *Süddeutsche Zeitung*

⁵⁸ Fischer 2015, *Süddeutsche Zeitung*

⁵⁹ Martens 2015, *Zeit Online*

⁶⁰ Watter 2011, *Süddeutsche Zeitung*

⁶¹ Lange 2019; Pawlik, 2019

3.3. *Hard Gras* vs. Het buitenland

Engeland kent een rijke historie wat betreft voetbaltijdschriften. Naast *When Saturday Comes*, dat nog steeds bestaat, zijn er verschillende andere tijdschriften die al dan niet meer bestaan. Ook heeft een korte periode het tijdschrift *Perfect Pitch* bestaan. Voor de oprichting van dit tijdschrift is *Hard Gras* als uitgangspunt genomen: ‘Het Nederlandse literaire blad *Hard Gras*, dat geheel aan voetbal is gewijd, krijgt in september dit jaar een Engels zusterblad.’⁶² Simon Kuper, die zoals later zal blijken ook belangrijk is geweest voor *Hard Gras*, is de oprichter. Hij zegt hierover: ‘In 1997, in the bubble era of football literature, when publishers were throwing money at any football book as if it were a subprime mortgage, I launched a British imitation.’⁶³ Het plan was om een nauwe samenwerking aan te gaan en artikelen te vertalen en uit te wisselen. Oorspronkelijk was het idee om de naam *Hard Gras* over te nemen, maar er zou een associatie met drugs kunnen ontstaan omdat ‘gras’ Amerikaanse slang is voor marihuana.⁶⁴ Het tijdschrift lijkt echter maar vier nummers bestaan te hebben⁶⁵, dus kennelijk had Kuper geen gelijk met zijn stelling dat de Engelse markt voor literaire voetbalverhalen oneindig was.⁶⁶

De exacte oplage van *Hard Gras* is niet bekend, maar ze ligt meestal rond de 10.000, waarvan ongeveer een derde afgesloten abonnementen zijn.⁶⁷ Dat wil zeggen dat er nog een groot deel los verkocht wordt in boekhandels of online webshops als bol.com of de website van *Hard Gras*. Hiermee is het tijdschrift in oplage niet groter dan *When Saturday Comes*, maar wel groter dan *Der Tödliche Pass*. Qua omvang is het Nederlandse voetbaltijdschrift met 120 à 130 pagina’s per editie groter dan zijn twee buitenlandse equivalenten. Dit is nogal opvallend, aangezien Duitsland qua populatie 4,8 keer zo groot is en Engeland 3,9 keer groter is dan Nederland.⁶⁸ De oplage van *Der Tödliche Pass* valt al in het niet bij een bevolking van iets meer dan 83 miljoen, hij is nog kleiner vergeleken met de oplage van *Hard Gras* op een inwoneraantal van ruim 17 miljoen. De kleine oplage van *Der Tödliche Pass* valt echter wel te verklaren aangezien er sprake is van een kleine losse verkoop. Slechts drie boekhandels bieden het tijdschrift aan, terwijl voor *Hard Gras* en *When Saturday Comes* geldt dat de nummers in meerdere boekhandels verkrijgbaar zijn. *Hard Gras* wordt per jaar de helft minder vaak uitgegeven dan *When Saturday Comes*; zes tegenover twaalf. Er zijn wel twee

⁶² Auteur onbekend 1997, *Het Parool*

⁶³ Kuper 2013, *Financial Times*

⁶⁴ Auteur onbekend 1997, *Het Parool*

⁶⁵ Kuper 1997-1999, Amazon.com

⁶⁶ Auteur onbekend 1997, *Het Parool*

⁶⁷ Berkeljon 2010, *De Volkskrant*

⁶⁸ Eurostat 2019

edities per jaargang meer dan de Duitse equivalent. Voor zowel het Engelse als het Duitse tijdschrift geldt dat ze moeite moet doen om voldoende afzetmarkt te creëren en de oplage enigszins groot te houden. Bij *Hard Gras* lijkt daar vooralsnog geen sprake van. In het volgende hoofdstuk wordt preciezer gekeken naar de verschillende uitgevers en de financiële situatie van het tijdschrift om vast te stellen wat een verklaring kan zijn voor het succesverhaal.

4. De uitgevers en financiën van *Hard Gras*

4.1. De uitgevers

Ook in Nederland heerste lange tijd de opvatting dat sport en literatuur geen goede combinatie zou zijn. Toen kwam *Hard Gras* die nog altijd een pioniersrol vervult als het gaat om sportliteratuur en in het bijzonder de goed geschreven voetbalverhalen.⁶⁹ In navolging van uitgeverij Thomas Rap wilde uitgeverij Veen een fonds voor sportboeken oprichten. Rap richtte in 1966 zijn uitgeverij op en was de eerste die zich serieus bezighield met het sportboek. Van Nieuwkerk en Spaan, die benaderd werden door Veen, zagen een fonds niet zitten maar ze wilden wel graag een literair tijdschrift beginnen. Ze overtuigden Dick Gubbels, toentertijd uitgever bij Veen, en binnen een paar maanden werd het eerste nummer uitgebracht.⁷⁰ Dit was meteen een succes, want de relatief hoge oplage was vrijwel direct uitverkocht. Opvallend genoeg werd *Hard Gras* ook meteen opgepikt in het buitenland: ‘het artikel van Tim Overdiek [...] werd geplagieerd door *Gazetto dello Sport*; de hoofdredacteur van de legendarische fanzine *When Saturday Comes* schreef een brief aan de redactie, en zelfs op de kunstpagina van het Franse dagblad *La Libération* kwamen we de naam *Hard Gras* tegen (*L’Herbe Dur*).’⁷¹ Dit is vreemd, omdat in de krantenartikelen van *When Saturday Comes* en *Der Tödliche Pass* niet naar elkaar verwezen is. Ondanks de afwezigheid van de verwijzingen weten ze dus wel van elkaars bestaan. In het voorwoord van het derde nummer is te lezen dat de oplage opnieuw verhoogd is door de uitgever, er zouden nu 15.000 exemplaren gedrukt zijn.⁷² Vanaf de tiende editie is het ook mogelijk abonnee te worden, mits er genoeg antwoordkaarten teruggestuurd worden. Dat is uiteindelijk het geval en inmiddels bestaat het tijdschrift al 25 jaar.⁷³

Er kan dus gesteld worden dat *Hard Gras* meteen immens populair wordt. Ondanks deze populariteit besluit de redactie na elf jaar bij L.J. Veen over te stappen naar de net opgerichte uitgeverij Nieuw Amsterdam. Als reactie hierop eiste Veen een schadevergoeding van vier ton, werd er niet betaald dan zou ze naar de rechter stappen. Spaan zegt hier weer over: “Ik ben verbaasd dat we zo veel waard zijn. Dat betekent dat we al die jaren zijn geëxploiteerd, gepiepeld. Heel lang hebben we het blad voor niks gemaakt, en pas de laatste jaren worden we een klein beetje gehonoreerd. En nu ineens vertegenwoordigen wij een

⁶⁹ Van Velzen 2015, *Trouw*

⁷⁰ Van Velzen 2015, *Trouw*

⁷¹ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 2, voorwoord

⁷² Nijntjens 1995, *De Stem*

⁷³ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 10, 104; Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 11, 136

economisch belang van 400.000 euro? Dit is volkomen over de top.”⁷⁴ Volgens Tom Harmsen, uitgever bij Nieuw Amsterdam, is vier ton te hoog berekend. Veen ging er bij de berekening onder andere vanuit dat het aantal abonnees zou verdubbelen en de losse verkoop enorm zou groeien.⁷⁵ Per jaar werden er toentertijd zo’n 40.000 exemplaren verkocht, wat wil zeggen dat elk nummer een oplage had van maar liefst 10.000. Het bedrag werd niet betaald aan Veen, dus het kwam uiteindelijk tot een rechtszaak. Hierin gaf de rechter Veen gelijk, zij het dat er nog onderhandeld moest worden over het werkelijke bedrag. Er moest in ieder geval een voorschot van €10.000 betaald worden om de misgelopen kosten van de 43^e editie te dekken. De overstap is extra opvallend aangezien er bij Veen net een contract getekend was voor twaalf nieuwe nummers waarbij ook nog eens een voorschot van €48.000,- was ontvangen.⁷⁶ De hele rel zorgt ervoor dat het lang duurt voor de abonnees nummer 43 in de bus hebben liggen. Veen weigert namelijk de adresgegevens van de abonnees te geven, waarop de redactie van *Hard Gras* de 2300 abonnee-exemplaren naar Veen stuurt, zodat zij deze kosteloos kan bezorgen, maar Veen gaat alsnog niet akkoord.⁷⁷ Toch krijgen de abonnees het nummer uiteindelijk wel.⁷⁸ Het gedoe rondom de overstap naar Nieuw Amsterdam leidt echter niet tot een zichtbare afname in populariteit, ook al is er door verschillende kranten over geschreven.

Na zes jaar stapt de redactie opnieuw over naar een andere uitgeverij. Dit keer wordt De Buitenspelers de uitgeverij van *Hard Gras*: ‘Hun marketinginstrument is veel beter. We hopen op meer abonnees dan de huidige 3.300.’⁷⁹ De overstap van Veen naar Nieuw Amsterdam heeft dus wel tot een toename van 1000 extra abonnees geleid. Een nieuwe stijging dankzij de overstap lukt opnieuw, want in het voorwoord van het eerste nummer bij De Buitenspelers staat dat er sprake is van een explosieve toename van het aantal lezers. Naast wat kleine veranderingen in de opmaak blijft het tijdschrift verder hetzelfde.⁸⁰ De Buitenspelers zijn dan al sinds 2009 onderdeel van de WPG Uitgeversgroep, waar ook *Voetbal International* (VI) bij hoort. De twee bladen gaan nauw samenwerken, maar deze samenwerking verloopt alles behalve soepel.⁸¹ Eind 2011, als *Hard Gras* bijna een jaar verbonden is met De Buitenspelers, scheiden de wegen van VI en De Buitenspelers. VI richt

⁷⁴ Van der Beek 2005, *Het Parool*

⁷⁵ Auteur onbekend 2005, *De Volkskrant*

⁷⁶ Kunstredactie 2005, *NRC*

⁷⁷ Auteur onbekend 2005, *Het Parool*

⁷⁸ Kunstredactie 2005, *NRC*

⁷⁹ Berkeljon 2010, *De Volkskrant*

⁸⁰ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 76, voorwoord

⁸¹ De Rek 2016, *De Volkskrant*

een eigen uitgeverij op en De Buitenspelers gaat over in Kick Uitgevers.⁸² Op de kaft van nummer 81, het laatste nummer van 2011, staat nog uitgeverij De Buitenspelers vermeld, terwijl de nummers 82 tot en met 93 geen uitgeverij op de kaft hebben staan. In het colofon blijft echter staan dat je je voor informatie over het abonnement kunt melden bij de WPG klantenservice. Vermoedelijk staat de uitgeverij bij deze nummers niet duidelijk op de kaft omdat het nogal een complexe situatie is rondom VI en Kick Uitgevers.

Vanaf het 94^{ste} nummer, het eerste nummer van 2014, is *Hard Gras* verbonden aan Ambo|Anthos.⁸³ Deze overstap maakt het mogelijk om meer ruimte te bieden aan schrijvers buiten de traditionele voetbaljournalistiek.⁸⁴ Ambo|Anthos is onderdeel van uitgeversgroep Veen, Bosch & Keuning. In het voorwoord van dit 94^{ste} nummer schrijft de redactie daarover: ‘Laat Veen nu de uitgeverij zijn waar we in 1994 met *Hard Gras* zijn begonnen. We zijn erg blij terug te zijn op het oude nest in het centrum van Amsterdam.’⁸⁵ Dit is opvallend aangezien de breuk met Veen verre van soepel is verlopen. De grootste verandering van het tijdschrift terwijl zij aan Ambo|Anthos verbonden is, treedt op bij nummer 100. De volledige lay-out is omgegooid en er wordt vanaf deze editie in kleur gedrukt. Er wordt echter wel benadrukt dat de tekst het uitgangspunt blijft van alles en de genres blijven dan ook hetzelfde, ook al is de opmaak gemoderniseerd.⁸⁶

4.2. De financiën

Exacte financiële cijfers zijn niet bekend. Er is wel geprobeerd deze cijfers te achterhalen door contact op te nemen met de huidige uitgeverij Ambo|Anthos. Helaas kon zij de cijfers niet geven. Wel werd duidelijk dat de uitgeverij geen winstoogmerk heeft wat betreft *Hard Gras*. Toch schrijft het tijdschrift elk jaar weer zwarte cijfers. Dit komt deels doordat de lezersgroep stabiel is en de meeste kosten dus gedekt kunnen worden met het abonnementsgeld. Voor projecten die meer geld kosten wordt geprobeerd een andere manier te vinden om de kosten te dekken, bijvoorbeeld via het Fonds voor Journalistieke Projecten.⁸⁷ Het Nederlandse Letterenfonds besteedt geen enkele keer aandacht aan *Hard Gras* in de jaarverslagen. Hieruit valt op te maken dat er vanuit het Letterenfonds nooit subsidie is

⁸² Van der List 2013, *Elsevier Weekblad*

⁸³ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 94, cover

⁸⁴ Auteur onbekend 2014, *Dagblad van het noorden*

⁸⁵ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 94, voorwoord

⁸⁶ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 100, voorwoord

⁸⁷ Bijlage 1, mailcorrespondentie met Ambo|Anthos 14-03-2020 t/m 24-03-2020

verstrekt, terwijl het Letterenfonds toch verschillende literaire tijdschriften ondersteunt.⁸⁸ Of *Hard Gras* wel ooit een aanvraag heeft gedaan voor een subsidie is niet duidelijk.

In elk nummer staat altijd een advertentie en dat levert natuurlijk inkomsten op. Er is echter bewust gekozen voor slechts één advertentie per nummer. Financieel is het tijdschrift nog nooit in de problemen geweest, zo zegt Spaan dus meer advertenties is niet nodig. Het blad blijft op deze manier vrij van veel reclame.⁸⁹

Het tijdschrift heeft dus voldoende inkomsten voor reizen die gemaakt moeten worden om artikelen tot stand te laten komen te betalen. Schrijvers krijgen weliswaar een kleine vergoeding, maar het draait uiteindelijk vooral om de eer.⁹⁰

In totaal is *Hard Gras* drie keer overgestapt van uitgeverij. De reden was telkens dat er gehoopt werd op een toename van het aantal abonnees en een stijging van de losse verkoop. De samenwerkingen met de uitgeverijen verliepen niet altijd soepel, desondanks heeft het tijdschrift er niet zichtbaar onder geleden en blijft de populariteit hoog. Dit blijkt uit het feit dat het tijdschrift elk jaar zwarte cijfers schrijft bij Ambo|Anthos en dat de meeste kosten gedekt kunnen worden met het geld van de afgesloten abonnementen.

⁸⁸ Fonds voor de Letteren, jaarverslagen 2008-2018

⁸⁹ RTL Late Night, 26-02-2015

⁹⁰ Beau talkshow, 01-10-2019

5. *Hard Gras* het tijdschrift

5.1. De medewerkers van *Hard Gras*

Aan de hand van de *Hard Gras* nummers is een lijst opgesteld van medewerkers die één of meerdere stukken geschreven hebben voor het tijdschrift. Hierbij is ook geprobeerd de verschillende artikelen te categoriseren: poëzie, (autobiografisch) proza, interviews, journalistieke achtergrondstukken, strips/tekeningen, verhalen over een specifiek persoon, voetbalverhalen⁹¹, columns, fotoreportages en niet te categoriseren artikelen. Sommige artikelen waren moeilijk te plaatsen. Voor deze artikelen geldt dat ze zijn geplaatst in de categorie die het beste paste of leek te passen. Sommige auteurs komen ook terug in meerdere categorieën, omdat ze veelzijdig zijn en vaker voor *Hard Gras* geschreven hebben.

Uiteindelijk is er een lijst ontstaan met alle medewerkers en dit bleken er nogal wat te zijn, namelijk 410. Het merendeel hiervan heeft slechts één keer iets geschreven. Van de 410 namen zijn dit er 245. Er zijn drie mensen die twee keer iets geschreven hebben waarbij het ene artikel individueel geschreven was en het andere artikel in samenwerking met een andere auteur. Het al dan niet samenwerken bij het schrijven van een stuk is apart geteld, net als wanneer iemand twee verschillende stukken heeft geschreven voor dezelfde editie. Zo is er een helder overzicht ontstaan van de manier waarop de artikelen tot stand zijn gekomen. Dit overzicht is opgenomen als bijlage 2 achter in deze scriptie.

Het zijn niet alleen van oorsprong auteurs of journalisten die gevraagd worden om een artikel te schrijven. Ook oud-voetballers, zoals Rody Turpijn en Daniel de Ridder, en cabaretiers, zoals Youp van het Hek en Freek de Jonge, werken mee. Bovendien wordt met enige regelmaat ook de samenwerking gezocht met buitenlandse schrijvers. Met name Simon Kuper, die al eerder genoemd werd als oprichter van het tijdschrift *Perfect Pitch* en een bekende Britse auteur is op het gebied van sport en geschiedenis, heeft vaak meegeschreven. Hij staat in de top 20 op de vierde plek met 33 artikelen, waarvan er eentje in samenwerking is met Stefan Szymanski. Szymanski is een professor die zich gespecialiseerd heeft in de economie van het professionele voetbal.⁹² En *Hard Gras* nummer 34 is bijvoorbeeld volledig geschreven door Italiaanse journalisten. Zij schrijven over de verschillende Nederlandse

⁹¹ Verhalen die niet autobiografisch of prozaïsch zijn, maar wel over voetbal gaan. Bijvoorbeeld voorpublicaties.

⁹² Szymanski, biography

(oud-) voetballers in het Italiaanse voetbal. Verder is alleen David Winner van niet-Nederlandse komaf in de top 20, hij staat op plek 13 met veertien geschreven artikelen, waarvan er eentje in samenwerking tot stand is gekomen.

De enige vrouw in de top 20, op plaats 16, is Carolina Trujillo, geboren in Uruguay, maar al sinds haar vijfde wonend in Nederland. Ze publiceert voor het eerst in nummer 97 en de redactie is erg lovend: ‘We hopen in de toekomst nog meer te mogen publiceren van deze begaafde schrijfster.’⁹³ Deze lovende woorden blijven want in nummer 102 schrijft de redactie: ‘Carolina Trujillo had ons hart al gestolen met een verhaal over haar vriendje Suarez, opa Piriz en de Aap Gambetta. In dit nummer schittert ze opnieuw met haar oorspronkelijkheid, intelligentie en humor, en dat alles in een stijl zo helder als de ogen van Anouk Hoogendijk.’⁹⁴ Ondanks dat zij de enige vrouw in de top 20 is, kan niet gesteld worden dat *Hard Gras* vooral een mannenbolwerk is. Anna Enquist mag namelijk al in het tweede nummer een gedicht publiceren en in nummer zes is haar eerste prozaverhaal te lezen. In totaal zijn er 46 vrouwen die minimaal één artikel geschreven hebben voor *Hard Gras* in de afgelopen vijftientig jaar. Dat is iets meer dan 11 procent van het totaal aantal auteurs. Voor een sport die vijftientig jaar geleden vooral door mannen uitgeoefend werd is dat toch een mooi percentage.

Inmiddels zijn de Oranjeleeuwinnen ook niet meer weg te denken uit de voetbalwereld en afgelopen juni, toen het WK in Frankrijk plaatsvond, verscheen een *Hard Gras* nummer dat volledig was gewijd aan coach Sarina Wiegman en de speelsters. Maar al eerder werd er over vrouwenvoetbal geschreven. De Britse journaliste Anne Kessel schreef een artikel over het WK vrouwenvoetbal 2007 in China.⁹⁵ En nummer 117 is een volledig vrouwennummer, wat inhoudt dat er enkel vrouwelijke schrijvers gevraagd zijn iets te schrijven. Rosa Gool is één van deze schrijvers. Zij vindt het jammer dat ze in een speciaal vrouwennummer moet debuten en de redactie is het hier volledig mee eens. Sterker nog, ze is vanaf nu altijd welkom, hoeveel andere schrijvers van het mannelijke geslacht ook op de deur zullen kloppen.⁹⁶ Dit laat zien dat de redactie zich er van bewust is dat vrouwelijke schrijvers vaak anders behandeld worden dan mannelijke schrijvers. Bovendien geeft dit ook aan dat de redactie vindt dat voetbal niet alleen iets is voor mannen en dat ook vrouwen prima over voetbal kunnen schrijven. Dat is ook te zien aan de advertentie in het vrouwennummer. Op de laatste bladzijde van elk nummer staat vaak een soort advertentie voor het nemen van een

⁹³ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 97, voorwoord

⁹⁴ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 102, voorwoord

⁹⁵ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 56, voorwoord

⁹⁶ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 117, voorwoord

abonnement op *Hard Gras*. Deze advertentie is altijd gerelateerd aan het thema van dat nummer en het is op een aantrekkelijke manier geprobeerd neer te zetten. De advertentie in het vrouwennummer laat zien dat deze editie bijna als een parodie gezien kan worden, want een getekende Lieke Martens zegt hier ‘Ooit verschijnt er een keer een ‘mannennummer’...’⁹⁷

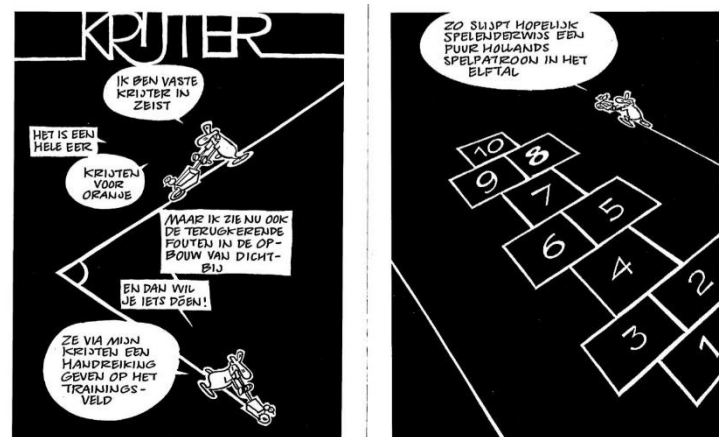


Advertentie om een abonnement te nemen met de cover van Hard Gras nummer 117



Advertentie om een abonnement te nemen met de cover van Hard Gras nummer 111

De nummer 1 met de meest gepubliceerde stukken in *Hard Gras* is Theun de Winter. Hij is journalist en dichter. Hij heeft voor het tijdschrift enkel gedichten geschreven waar vrijwel elk nummer mee eindigt. Hij heeft in maar liefst 106 *Hard Gras* nummers gepubliceerd en voor nummer 23 heeft hij zelfs twee gedichten geschreven. Gedichten zijn natuurlijk heel anders dan grotere artikelen als interviews of verhalen, maar omdat het wel om geschreven werk gaat is De Winter meegenomen bij het opstellen van de top 20. Gerrit de Jager, cartoonist, is daarentegen niet meegeteld omdat hij *Hard Gras* alleen voorziet van strips. Dit zijn altijd zwart-wittekeningen over De Krijter, ofwel de persoon die de lijnen van het voetbalveld uitzet. De Jager



De Krijter – *Hard Gras* 56, oktober 2007

⁹⁷ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 117, 127

staat met zijn strips in 119 van de 129 nummers. Elf andere cartoonisten zijn slechts één keer gevraagd voor een strip of tekening. Klaas Gubbels en het duo Windig & De Jong hebben *Hard Gras* twee keer mogen voorzien van een strip.

Wat betreft de grotere artikelen is Hugo Borst de man met de meeste artikelen, 49 in totaal. Hij heeft 41 keer individueel een stuk afgeleverd en 8 keer in samenwerking met verschillende mensen, onder wie Henk Spaan en Wessel Penning. Zo gek is het dus niet dat Hugo Borst vanaf nummer 40, oktober 2004, redactielid is geworden. Henk Spaan staat ook in de top 20 op de zesde plek met 24 artikelen, waarvan er drie in samenwerking geschreven zijn. Het derde redactielid Matthijs van Nieuwkerk staat pas op de 88^{ste} plaats, want hij heeft maar drie artikelen geschreven en eentje hiervan is in samenwerking met Henk Spaan. In 2005 begint van Nieuwkerk met *De Wereld Draait Door* en doet hij een stapje terug in zijn redactiewerk, wat dus ook zichtbaar is wanneer er gekeken wordt naar het aantal geschreven artikelen. Het tijdschrift werd in de beginjaren in het weekend nog zelf in elkaar gezet door Spaan en Van Nieuwkerk, naast al hun andere werkzaamheden en dat werd Van Nieuwkerk op een gegeven moment te veel.⁹⁸ Het opvallende is wel dat in nummer 39 Christoph Biermann als gastredacteur heeft meegewerkt aan het nummer. Samen met Spaan en Van Nieuwkerk staat hij als redactielid onder het voorwoord. Er wordt niet uitgelegd waarom hij eenmalig als gastredacteur optreedt. Hij heeft maar twee artikelen geschreven en deze zijn verschenen in nummer 16 en 51. Als gastredacteur heeft hij dus geen zichtbare bijdrage geleverd. Vanaf nummer 40 is Hugo Borst toegevoegd als redactielid, toeval of niet?⁹⁹

De medewerkers schrijven geen ingewikkelde en moeilijk door te komen teksten. Hun teksten, ook de verhalen naast de publicaties in *Hard Gras*, zijn voor een breed publiek toegankelijk. De ene medewerker schrijft met een hoger literaire gehalte dan de andere medewerker en hierdoor zijn de artikelen uiteindelijk voor iedereen leesbaar. Voor het complete overzicht van medewerkers en hun bijdrages kan de bijlage geraadpleegd worden.

5.2. De artikelen

Sommige artikelen hebben alleen tot stand kunnen komen dankzij een subsidie van het Fonds Bijzondere Journalistieke Projecten, zoals in hoofdstuk 3 is beschreven. Een goed voorbeeld is het speciale Feyenoordnummer, dit is de zevende editie en deze is volledig geschreven door Hugo Borst. Er zijn vaker van dit soort speciale nummers die gaan over één onderwerp en geschreven zijn door één persoon. Marcel van Roosmalen heeft bijvoorbeeld drie keer een

⁹⁸ RTL Late Night, 26-02-2015

⁹⁹ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 39-40, voorwoord

volledig Vitessenummer geschreven. Ook zijn er vaker themanummers, zoals het Spanje-nummer in juni 2017 en het nummer met verhalen over acht spitsen die actief zouden zijn op het EK 2004.¹⁰⁰ Naast de subsidie van het Fonds worden artikelen soms ook op andere manieren gefinancierd. Robert Vuijsje schrijft in nummer 97, augustus 2014, een reportage over het WK in Brazilië en dit artikel is deels gefinancierd door reisorganisator Fly Brazil. Opmerkelijk is dat later dat jaar, november 2014, Fly Brazil faillissement aanvraagt. Ook gemeentes dragen soms bij, zij het niet altijd in de vorm van geld maar bijvoorbeeld in de vorm van informatieverstrekking, zoals bij het Feyenoordnummer van Borst in 1996.¹⁰¹

In *Hard Gras* worden ook regelmatig voorpublicaties geplaatst van nog te verschijnen boeken. Dit kunnen Nederlandse boeken zijn, zoals *Basta* van Edwin Schoon waarvan een hoofdstuk in nummer 129 stond. Maar er wordt ook buiten onze eigen landsgrenzen gekeken. Een hoofdstuk uit het boek van Christoph Biermann, *Deutschland. Ein Sommermärchen* is bijvoorbeeld vertaald in het decembernummer van 2006, een halfjaar nadat het WK in Duitsland heeft plaatsgevonden en het Duitse elftal de derde plek heeft veroverd.¹⁰² Behalve voorpublicaties worden er ook oudere artikelen gebruikt. Een voorbeeld is een artikel uit het *AD* van 1970. Feyenoord won toen de wereldbeker voor clubteams.¹⁰³ En soms wordt er een recent artikel gebruikt dat dan gekocht wordt: ‘Wat we zelden doen: een stuk kopen uit een buitenlandse krant. In dit geval was Simon Kupers artikel in *The Financial Times* over de parallellen tussen het boek *Ik, Zlatan* en *Portnoy’s Complaint* van Philip Roth te bizar en te inspirerend om het slechts een Engels publiek te gunnen.’¹⁰⁴ In de voorwoorden van nummer 36, 59 en 125 wordt ook genoemd dat er artikelen zijn gekocht, wat dus betekent dat er vóór 129 nummers slechts vier keer een artikel is aangekocht. Of in ieder geval voor zover de redactie er transparant over is in het voorwoord. Het artikel van Simon Kuper is gepubliceerd in nummer 125 en met een grappige ondertoon wordt verwezen naar de actualiteit en de koop van het artikel: ‘[...] de Engelse krant, die zo vriendelijk was ons het stuk te laten overnemen tegen een post-Brexit tarief, preluderend op de tijd dat pond noch euro in de UK geen sikkepit meer waard zijn.’¹⁰⁵

¹⁰⁰ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 38, voorwoord; Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 114, voorwoord

¹⁰¹ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 7

¹⁰² Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 51; Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 53

¹⁰³ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 44, 4

¹⁰⁴ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 89, voorwoord

¹⁰⁵ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 125, voorwoord

Daarnaast probeert *Hard Gras* breed toegankelijk te zijn. Zoals eerder geschreven, wordt er aandacht besteed aan het vrouwenvoetbal, zelfs nog voordat de Oranjeleeuwinnen populair zijn. Ook zijn er voor de redactie geen taboes, zolang voetbal maar de hoofdzaak blijft. In nummer 86 staat namelijk het verhaal van profvoetballer David Testo die van 2003 tot en met 2011 op het Amerikaanse voetbalveld stond. Testo is de eerste mannelijke voetballer die publiekelijk uit de kast is gekomen als homo. In een radio-uitzending in 2011, net na zijn carrière, maakte hij het wereldkundig, al waren zijn familie en teamgenoten er al van op de hoogte.¹⁰⁶ Toch laat hij ook duidelijk merken hoe moeilijk het is om als professioneel voetballer homo te zijn en dat is ook waar het verhaal in *Hard Gras* over gaat. Over Testo's dubbelleven. Toevallig is dit nummer erg actueel als het verschijnt, omdat de KNVB dan net een actie tegen discriminatie van homo's is begonnen.¹⁰⁷ Opmerkelijk is dat dit nummer inmiddels zeven jaar oud is en dat seksualiteit nog steeds een beladen onderwerp is in het voetbal, vooral bij de mannen.¹⁰⁸

5.3. De voorwoorden

In de voorwoorden komen verschillende onderwerpen met enige regelmaat terug. Deze onderwerpen zullen thematisch besproken worden. Achtereenvolgens worden de opbouw, het begin van het tijdschrift, de jubilea, de schrijvers en de Lezerspost besproken. Hierna volgt nog een paragraaf 'overig'. Lezerspost moet bij *Hard Gras* breed opgevat worden. Het kan gaan om gedichten, verhalen, ervaringen, tekeningen/strips of brieven aan de redactie. Op deze manier geeft de redactie lezers de mogelijkheid hun schrijfsels over voetbal te publiceren.

5.3.1. De opbouw

De verschillende *Hard Gras* nummers zijn qua opbouw niet altijd hetzelfde. De ene keer gaat het om een nummer met losse verhalen die weinig tot geen samenhang met elkaar hebben, terwijl een ander nummer slechts één verhaal bevat. Of er is sprake van een thema waardoor de verschillende losse verhalen toch een bepaalde samenhang hebben, zoals het eerder genoemde spitsennummer over het EK 2004.¹⁰⁹ In het voorwoord van nummer 45 wordt er gezegd: 'Meestal heeft *Hard Gras* een thema. Dat kan tot verdieping van een onderwerp leiden. Een thema beperkt ook. Daarom maken we van tijd tot tijd een nummer vol losse

¹⁰⁶ Zeigler 2011

¹⁰⁷ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 86, voorwoord

¹⁰⁸ Elling 2018, 7-9

¹⁰⁹ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 38

verhalen, zoals dit. De samenhang is dat ze in het algemeen over voetballen gaan en goed geschreven zijn.¹¹⁰ In eerdere voorwoorden is vaker kort gezegd wat het onderwerp van dat nummer is: ‘Het uitgangspunt van deze aflevering is Vaders & Zonen.’¹¹¹ Een nummer later is het thema ‘Voetbal is oorlog.’¹¹² In nummer 51 en 53 wordt juist weer het prettige van een themaloos-nummer geuit. Vervolgens wordt er echter nauwelijks meer op in gegaan en wordt alleen af en toe het thema van een nummer uitgelicht in het voorwoord. Ondanks de aan- of afwezigheid van een thema is er sprake van een vaak terugkerende opbouw. Een nieuw nummer begint altijd met een voorwoord van de redactie. Daarna volgt de inhoudsopgave en komen alle inhoudelijke artikelen. Op het einde wordt meestal afgesloten met een gedicht van Theun de Winter en een cartoon van Gerrit de Jager. In sommige nummers komt hierna nog de Lezerspost.

5.3.2. Het doel van *Hard Gras*

Toen Van Nieuwkerk en Spaan in 1994 begonnen met *Hard Gras* hadden ze als doel voetbal en literatuur te combineren. Al in nummer 6 stellen ze erg enthousiast dat ‘de voetbalsport voorgoed onderdeel van de Nederlandse literatuur is geworden.’¹¹³ Dit enthousiasme is te verklaren omdat het tijdschrift direct enorm populair is, maar nu al ‘voorgoed onderdeel van de Nederlandse literatuur’ is nogal voortvarend. De kwaliteit van de nummers wordt keer op keer benadrukt in de voorwoorden en de redactie weet goed dat ze dit doet: ‘De winter haalde in 2016 nooit zijn niveau, in tegenstelling tot het winternummer van *Hard Gras*. [...] Deze inleiding klinkt soms misschien als het blazen van de eigen loftrompet. Mocht dat zo zijn, dan is het slechts een gevolg van ons enthousiasme over de kwaliteit van de verhalen die we keer op keer binnen krijgen.’¹¹⁴ Hieruit blijkt dat de redactie telkens weer heel trots is op nieuw uitgebrachte nummers en dat de werkzaamheden nog steeds met veel plezier uitgevoerd worden.

Naast trots heerst in het begin vooral verbaasdheid dat het tijdschrift meteen zo groot wordt: ‘Het eerste nummer van *Hard Gras*, dat in betrekkelijk hoge oplage verscheen, is vrijwel uitverkocht.’¹¹⁵ Een nummer later blijkt dat de uitgever de oplage opnieuw verhoogd heeft en

¹¹⁰ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 45, voorwoord

¹¹¹ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 2, voorwoord

¹¹² Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 3, voorwoord

¹¹³ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 6, voorwoord

¹¹⁴ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 106, voorwoord

¹¹⁵ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 2, voorwoord

wordt er gekscherend gezegd ‘Voetbal International, opgepast!’¹¹⁶ *Voetbal International* (VI) is natuurlijk een heel ander tijdschrift dan *Hard Gras*. De focus ligt bij dit tijdschrift ook op voetbal, maar het literaire aspect ontbreekt:

Elke editie van het VI weekblad bevat een inhoudelijke benadering van het Nederlandse en internationale voetbal. Dat doen we door middel van analyses, achtergrondverhalen, interviews en reportages. In het ruim vormgegeven magazine is er aandacht voor fotografie en statistieken.¹¹⁷

Een ander verschil met *Voetbal International* is de aanwezigheid van fotografie. In *Hard Gras* staan minder foto's en ligt er ook veel minder nadruk op het plaatsen van foto's. In nummer 24 ontbreekt de fotografie zelfs volledig: ‘De tekenaars Marlèn Nolta, Gerrit de Jager, Quirit en Erik Varekamp hebben bijgedragen aan een koerswijziging in opmaak, die het eigen gezicht benadrukt.’¹¹⁸ Toch is dit opvallend aangezien er gesproken wordt over een koerswijziging, maar vanaf nummer 25 zijn er weer foto's gebruikt. Dat de redactie van *Hard Gras* verwijst naar *Voetbal International* moet dus niet al te serieus worden genomen. Zeker omdat in nummer 97 de link met *Das Magazin* wordt gelegd. ‘Onlangs stond ergens dat *Das Magazin* het grootste literaire blad van Nederland zou zijn. Dat zegt iets over de kracht van ons kleine broertje: een talent voor marketing. Een redacteur van de *Nederlandse Poëzie Encyclopedie* zette het misverstand recht. *Hard Gras* heeft al twintig jaar de grootste oplage en we zijn niet van plan onze leidende positie snel op te geven.’¹¹⁹ *Hard Gras* behoort dus tot de literaire tijdschriften en kan daarom nooit vergeleken worden met het andere grote voetbaltijdschrift *Voetbal International*. Interessant is wel dat VI ook aandacht besteedt aan *Hard Gras*. Op 11 februari 2011 heeft VI namelijk een artikel geplaatst over de vernieuwde website van *Hard Gras*.¹²⁰ Hier zal later nog uitgebreider op ingegaan worden. Ondanks dat het blad zichzelf een tijdschrift noemt, ligt het, niet tussen de andere tijdschriften in de winkel. ‘*Hard Gras* ligt bij de 'echte' boeken, tussen de literatuur.’¹²¹ Borst maakt hierbij wel de kanttekening dat dit mogelijk komt door de vorm van het tijdschrift. Het tijdschrift is kleiner en zou daardoor weg kunnen vallen tussen de andere bladen. Aan de ene kant is *Hard Gras* dus duidelijk een tijdschrift want, het voldoet grotendeels aan de eerder genoemde

¹¹⁶ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 3, voorwoord

¹¹⁷ Voetbal International, over VI

¹¹⁸ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 24, voorwoord

¹¹⁹ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 97, voorwoord

¹²⁰ Voetbal International, 11-02-2011

¹²¹ Auteur onbekend 2005, *Dagblad van het Noorden*

definitie van Bakker¹²² en het noemt zichzelf een tijdschrift. Aan de andere kant is het ook een soort combinatie van een boek en een tijdschrift, omdat het qua vorm meer op een boek lijkt en ook tussen de boeken te vinden is.

De verbazing over de populariteit voor de eerste nummers verandert gaandeweg in vertrouwen dat ze nog jaren zal bestaan. ‘Met de literaire bladen in Nederland schijnt het niet zo goed te gaan, *Hard Gras* kon alleen al in de maand januari 150 nieuwe abonnees bij schrijven. [...] Wat een gevarieerd menu kunnen wij de lezer van *Hard Gras* 58 weer aanbieden. Op deze manier halen we de 100 met gemak.’¹²³ En later, als nummer 100 gehaald is, wordt er gesuggereerd dat er zeker een tweede reeks van 100 gaat komen: ‘Het eerste nummer van de tweede reeks van honderd is er opnieuw een om te bewaren.’¹²⁴

Toch blijft de redactie zich ervan bewust dat de kwaliteit hoog moet blijven : ‘In onze voortdurende emancipatiestrijd om de Nederlandse literatuur van voetbal te doordrenken en omgekeerd, beschouwen we het publiceren van Wijnbergs briljante cyclus, een voorpublicatie uit de in de herfst 2019 bij uitgeverij Pluim te verschijnen bundel *Afscheidswedstrijd*, als een grote sprong voorwaarts.’¹²⁵ Het oeuvre van Nachoem Wijnberg heeft in 2018 de P.C. Hooftprijs gewonnen, de poëziebundel is dan nog niet uitgegeven. De redactie is daarom erg blij dat een aantal gedichten van zijn nieuwste bundel gepubliceerd mochten worden in *Hard Gras* 124. Als winnaar van de P.C. Hooftprijs kan namelijk met zekerheid gesteld worden dat zijn werk literaire waarde heeft, waardoor hier dus duidelijk voetbal met literatuur gecombineerd wordt.

5.3.3. Maatschappij en kritiek

Er zijn echter niet alleen maar loftuitingen te lezen in de voorwoorden. Er wordt namelijk ook kritiek geleverd op de Nederlandse journalistiek. Een goed voorbeeld waarbij de Nederlandse journalistiek de fout in is gegaan, is het WK 2020 dat in Qatar zal plaatsvinden. Volgens de kranten zijn er honderden doden gevallen tijdens de bouw van de voetbalstadions. Judith Spiegel ontdekt echter in nummer 96, juni 2014, dat dat niet het geval is. Er was sprake van een interpretatiefout van een artikel uit *The Guardian*.¹²⁶ Voor het honderdste nummer gaat Spiegel opnieuw naar Qatar en trekt ze dezelfde conclusie: er is nog niemand overleden. ‘Wanneer gaan die Nederlandse media eens rectificeren’ valt dan ook te lezen in dit

¹²² Bakker 1986, 13-14

¹²³ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 58, voorwoord

¹²⁴ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 101, voorwoord

¹²⁵ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 124, voorwoord

¹²⁶ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 96, voorwoord

voorwoord.¹²⁷ Dat juist Spiegel deze journalistische vondst doet is opmerkelijk, aangezien zij, voor zover bekend, als enige vanuit de Lezerspost de stap heeft mogen zetten om vaker te schrijven voor het tijdschrift, zoals later zal blijken. De kranten nemen het bericht van *Hard Gras* vervolgens over. Zo schrijven het *Haarlems Dagblad* op 20 juni 2014 en *NRC Handelsblad* op 20 juni en 21 oktober 2014 en 8 april 2015 dat er nog helemaal geen sprake is van doden in Qatar door de stadionbouw.¹²⁸ De twee berichten van juni zijn direct na het uitkomen van het tijdschrift geschreven, maar later wordt er door het *NRC* nog een keer naar verwezen en hieruit blijkt dat *Hard Gras* kennelijk als een betrouwbare bron wordt gezien.¹²⁹

Hard Gras is ook op maatschappelijk en actueel terrein bezig met het behouden van de kwaliteit. Dit gebeurt al dan niet bewust. Een goed voorbeeld is De Boekenweek in 2001. Het thema toentertijd was multiculturele samenleving en bij Nederlandse voetbalclubs zijn genoeg voetballers te vinden van niet-Nederlandse komaf. In het voorwoord van nummer 26 valt te lezen dat er om die reden een bijdrage van Simon Kuper en Hugo Borst in het nummer zit rondom multiculturaliteit.¹³⁰ Een ander, onbewust, maatschappelijk besproken thema is het eerder genoemde verhaal van David Testo in nummer 86 waar het voorwoord mee opent.¹³¹ En voor nummer 81 heeft Erik Brouwer een reportage geschreven over David Beckham bij LA Galaxy en Thierry Henry bij New York Red Bulls. Dit nummer verscheen in december 2011, terwijl Beckham op 20 november kampioen geworden was van de Verenigde Staten. ‘Nooit eerder zat *Hard Gras* zo boven op het nieuws.’¹³²

5.3.4. Jubilea

In de voorwoorden worden ook de jubilea elke keer besproken. In nummer 20 wordt met verbazing gesproken over het vijfjarig bestaan: ‘Dat betekent dat inmiddels zo’n 250.000 exemplaren van *Hard Gras* verkocht zijn. Dat konden we niet vermoeden toen Ronald Giphart in nummer 1 verslag deed van zijn reis naar Orlando ’94.’¹³³ En als *Hard Gras* vijftien jaar bestaat brengt ze een nummer uit over vrouwenvoetbal en voetbalvrouwen. Opvallend is dat in dit voorwoord wordt gezegd: ‘Misschien is dit niet het allerbeste nummer van de laatste vijftien jaar maar het komt verbazingwekkend dicht in de buurt. Dat is voor ons reden om met onverminderde geestdrift de tweede helft van ons bestaan in te gaan.’¹³⁴ Dit kan

¹²⁷ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 100, voorwoord

¹²⁸ Auteur onbekend 2014, *Haarlems Dagblad*; Auteur onbekend 2014, *NRC Handelsblad*

¹²⁹ Kroon 2014; 2015, *NRC Handelsblad*

¹³⁰ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 26, voorwoord

¹³¹ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 86, voorwoord

¹³² Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 81, voorwoord

¹³³ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 20, voorwoord

¹³⁴ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 67, voorwoord

op twee manieren worden geïnterpreteerd. Het kan zijn dat de redactie bedoelt dat het thema ‘voetbal en vrouwen’ toch niet geschikt blijkt te zijn voor een goed *Hard Gras* nummer. Aannemelijker is echter valse bescheidenheid. Het wordt gebracht alsof het nummer van mindere kwaliteit is, maar ondertussen is de redactie trots op weer een nieuwe *Hard Gras*. Dit keer blaast de redactie echter niet duidelijk de loftrumpet, zoals dat soms wel gebeurt. Deze reden van valse bescheidenheid wordt versterkt door het gegeven dat, zoals eerder benoemd, later in het bestaan nog een volledig nummer is geschreven door vrouwen en er ook aandacht wordt besteed aan de Oranjeleeuwinnen.

Aan de andere kant wil de redactie ook niet teveel stilstaan bij alle jubilea: ‘In de afgelopen vijftien jaar hebben we ruwweg tweeënhalf miljoen woorden over voetbal gepubliceerd. Niet te lang bij stilstaan/moedig voorwaarts blijven gaan.’¹³⁵ Als het tijdschrift bijna 20 jaar bestaat verschijnt nummer 92 in oktober 2013: ‘Als het aan ons ligt en dat doet het, knopen we er nog eens twintig jaar aan vast. Bij leven en welzijn voegen we er voor de zekerheid aan toe.’¹³⁶ Van die twintig jaar zijn er inmiddels alweer zes voorbij. En in het nummer van februari 2018 staat in het voorwoord: ‘Honderdachtien keer *Hard Gras*. Meer dan duizend verhalen. En het verveelt nog lang niet. Dit nummer bevat verhalen van drie in 1990 geboren schrijvers, dus aan toekomst geen gebrek.’¹³⁷

5.3.5. Medewerkers

De medewerkers zijn al uitgebreid besproken in de eerste paragraaf van dit hoofdstuk, maar de medewerkers komen ook terug in de voorwoorden. Schrijvers die meegewerkt hebben, worden bijvoorbeeld genoemd. Hierdoor wordt ook duidelijk dat de medewerkers niet altijd uit het eigen netwerk van de redactie of andere medewerkers komen. Soms komen ze per toeval bij mogelijke schrijvers en verhalen uit. Een vriendin van *Hard Gras* ontmoette bijvoorbeeld in Londen twee studenten die geïnteresseerd waren in het Nederlandse voetbal en een blog bijhielden. De blog werd gelezen door de redactie en zij vond de kwaliteit dermate hoog dat Samuel Goff en James Coleman vervolgens een artikel over het EK mochten schrijven voor nummer 85.¹³⁸ Dit is echter ook meteen het enige artikel dat ze geschreven hebben voor *Hard Gras*. Sowieso is de redactie constant actief bezig met het zoeken van nieuwe schrijvers: ‘In de lijn van onze nog jonge traditie ligt het opsporen van

¹³⁵ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 70, voorwoord

¹³⁶ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 92, voorwoord

¹³⁷ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 118, voorwoord

¹³⁸ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 85, voorwoord

nieuw buitenlands talent.¹³⁹ En zodra er nieuwe debutanten zijn, worden deze aangehaald: ‘In dit nummer ook het *Hard Gras* debuut van Özcan Akyol, de schrijver van het rauwe vitale *Eus*, die voor ons naar Istanbul ging...’¹⁴⁰ Ook het voorwoord van nummer 42 heeft het over de debutanten: ‘En dat ons verzoek aan de nieuwe *Hard Gras*-auteur Marcel van Roosmalen tot dit hilarische resultaat zou leiden, konden wij van tevoren ook niet weten. Verder begroeten we een tweede debutant: Daniël de Ridder.’¹⁴¹ De redactie houdt dus vast aan oude namen, maar gaat ook op zoek naar mensen die in de toekomst uit kunnen groeien tot vaste *Hard Gras* medewerker zodat het tijdschrift kan blijven voortbestaan.

5.3.6. Lezerspost

Het gaat echter niet alleen om de schrijvers, ook de Lezerspost wordt regelmatig genoemd. Al in nummer 2 verschijnt er Lezerspost omdat er zoveel reacties waren op het eerste nummer: ‘Dit tweede nummer kent een rubriek ‘Lezerspost’, een noviteit waartoe we ons verplicht hebben gevoeld door het grote aantal inzendingen dat ons bereikte.’¹⁴² Interessant is dat *When Saturday Comes* ook vanaf het tweede nummer Lezerspost is gaan publiceren, beide tijdschriften kregen dus direct veel reacties. In alle nummers die volgen is niet altijd Lezerspost aanwezig. Nummer 4 is bijvoorbeeld het eerste volledige themanummer met één verhaal. Hierdoor ontbreekt de Lezerspost.¹⁴³ In soortgelijke edities is nooit sprake van Lezerspost. Echter, er zijn ook edities met losse verhalen waar soms geen ruimte is voor Lezerspost. In het begin van *Hard Gras* wordt in de voorwoorden vaker gezegd dat de Lezerspost ontbreekt, maar dit verdwijnt in de latere nummers. Toch blijven mensen inzendingen sturen. In het volgende hoofdstuk zal blijken dat Lezerspost inmiddels ook online gepubliceerd wordt. Dit in plaats van of tegelijk met Lezerspost in het blad. Kennelijk zijn er daarnaast ook veel verzoeken van lezers om hun stukje geplaatst te krijgen in het hoofddeel van het tijdschrift:

Het komt voor dat lezers een bijdrage insturen met daaraan de voorwaarde verbonden dat hij niet zal worden geplaatst in de rubriek ‘Lezerspost’. Aan die voorwaarde kunnen we niet voldoen. De redactie is van mening dat door lezers ingestuurde post bij

¹³⁹ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 11, voorwoord

¹⁴⁰ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 89, voorwoord

¹⁴¹ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 42, voorwoord

¹⁴² Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 2, voorwoord

¹⁴³ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 4, voorwoord

uitstek in aanmerking komt voor de rubriek ‘Lezerspost’. Dit is verre van een kwaliteitsoordeel, maar de andere bijdragen zijn nu eenmaal geschreven op verzoek.¹⁴⁴

Hard Gras heeft zich de afgelopen vijftientwintig jaar natuurlijk ontwikkeld en hierdoor veranderen eerdere visies of ideeën. Volgens bovenstaand citaat was het immers niet mogelijk om in het blad gepubliceerd te worden buiten de rubriek Lezerspost om. In het voorwoord van nummer 74 valt echter te lezen: ‘Judith Spiegel bewijst zomaar met een verhaal uit Jemen dat het soms mogelijk is met een elegant sprongetje over de rubriek ‘Lezerspost’ heen te wippen.’¹⁴⁵ Voor zover bekend is zij de enige die de overstap gemaakt heeft en daarna vaker voor *Hard Gras* geschreven heeft. In totaal heeft zij acht keer meegewerkt aan een nummer, waaronder de twee eerder genoemde keren dat ze schreef over de stadionbouw in Qatar. Als *Hard Gras* vijf jaar bestaat en nummer 20 verschijnt wordt de Lezerspost ook meegenomen in het voorwoord, dus de redactie blijft het een belangrijk onderdeel vinden: ‘We herinneren ons [...] de vaak verrassende bijdragen voor Lezerspost.’¹⁴⁶ Maar, zoals gezegd, ontbreekt de Lezerspost regelmatig in de nummers, omdat er geen ruimte voor is. Soms zijn dat enkele nummers achter elkaar en voor de lezers die iets ingestuurd hebben is dat natuurlijk vervelend, omdat zij graag hun stuk willen terugzien. De redactie realiseert zich dit en zegt daarom af en toe ‘PS: Inzenders Lezerspost, nog één nummer geduld a.u.b.’¹⁴⁷ Op deze manier probeert de redactie de lezers tevreden te houden.

5.3.7. Overig

Ook zijn er connecties aan te brengen tussen verschillende voorwoorden. Zaken die eerder genoemd zijn, komen bijvoorbeeld later weer terug. Zo wordt in nummer 73 geschreven over de nieuwe eigenaar van Vitesse en dat het weer tijd wordt voor Van Roosmalen. Hij heeft immers al twee keer een volledig nummer geschreven over Vitesse. ‘Voor de derde keer observeerde Van Roosmalen een seizoen lang de hoofdrolspelers in het tragikomische toneelstuk dat Vitesse heet.’, valt vervolgens te lezen in het voorwoord van nummer 78. En Jan Luitzen laat in nummer 112 zien dat de Koninklijke Haarlemse Football Club (HFC) waarschijnlijk toch niet de oudste voetbalclub van Nederland is. Later, in nummer 115, wordt dit bevestigd. In dit nummer worden namelijk de ontstaansgeschiedenis van voetbal en cricket beschreven, die blijken hand in hand te zijn gegaan. HFC zou zijn opgericht in 1879, maar

¹⁴⁴ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 5, voorwoord

¹⁴⁵ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 74, voorwoord

¹⁴⁶ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 20, voorwoord

¹⁴⁷ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 22, voorwoord

1882 lijkt waarschijnlijker aldus het artikel van Jan Luitzen en Wim Zonneveld.¹⁴⁸ De redactie onthoudt dus waar eerder over geschreven is en probeert op deze manier verschillende nummers met elkaar te verbinden als dit mogelijk is.

Tot slot is er nog de ondertitel van *Hard Gras*: ‘voetbaltijdschrift voor lezers’. Deze titel is bewust gekozen. De redactie zegt namelijk ‘Tot ver in onze jeugd voetballen we op straat en lazten we als het regende. De bal en het boek wisselden elkaar af op een volstrekt natuurlijk manier.’¹⁴⁹ Deze combinatie heeft ze proberen te weerspiegelen in *Hard Gras* en dat wordt al 25 jaar op treffende wijze gedaan.

Uit bovenstaande paragraaf kan geconcludeerd worden dat er bepaalde trends zijn waar te nemen in de voorwoorden. Een goed voorbeeld is het benoemen van de aan- of afwezigheid van een thema. Een aantal nummers dat dicht in de buurt van elkaar is uitgebracht, bevat vaker dezelfde elementen dan nummers die veel eerder of veel later zijn verschenen. Ook is duidelijk geworden dat de redactie trots is en blijft op *Hard Gras*. Er wordt telkens gezocht naar manieren om de kwaliteit hoog te houden. Soms moet er hard gewerkt worden om deze kwaliteit te waarborgen en soms ontstaat een goed nummer met wat geluk.

Daarnaast geldt dat de nummers tot stand komen dankzij medewerking van verschillende en diverse personen. Het draait hierbij niet alleen om de schrijverskwaliteit, het gaat ook om een goed voetbalverhaal. De artikelen die geschreven worden kunnen gecategoriseerd worden in verschillende rubrieken. Deze afwisseling van schrijvers en categorieën zorgt ervoor dat het tijdschrift niet eentonig wordt waardoor het voor de lezer keer op keer interessant blijft om te lezen.

¹⁴⁸ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 115, voorwoord

¹⁴⁹ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 128, voorwoord

6. *Hard Gras* en andere activiteiten

6.1. Nevenactiviteiten

In oktober 2004 wordt voor het eerst gesproken over de *Hard Gras* theatertour.¹⁵⁰ Er zijn dan 40 nummers uitgebracht en om dat te vieren wil de redactie *Hard Gras* graag nog meer naar de lezer brengen. De redactie doet dit niet alleen, andere vaste medewerkers worden gevraagd mee te gaan. Het duurt vervolgens een hele tijd voordat de tour werkelijk van de grond is, want pas weer in september 2007 wordt er reclame gemaakt. Achterin nummer 55 staat een lijst met de data en steden waar *Hard Gras* zal optreden gedurende de maand september. Naast de redactieleden Henk Spaan, Hugo Borst en Matthijs van Nieuwkerk spelen Anna Enquist, Herman Koch, Marcel van Roosmalen, Theun de Winter en Frans Thomése mee.¹⁵¹ De tour bevalt zo goed dat in het laatste nummer van 2007 te lezen is dat in 2008 de theatertour voortgezet zal worden in andere zalen in Nederland.¹⁵² In 2015 komt er de jubileumtour, aangezien het tijdschrift dan al twintig jaar bestaat en 100 edities heeft uitgebracht. Hierover valt voor het eerst iets te lezen in nummer 104. In deze editie zit namelijk een flyer: ‘*Hard Gras*, het mooiste voetbaltijdschrift van Nederland, viert zijn twintigste verjaardag en gaat met een speciale theatertour vol nieuwe verhalen, filmpjes en anekdotes het land in.’¹⁵³ Het is echter niet met zekerheid te zeggen dat de flyer pas voor het eerst aanwezig was in editie 104. Het zou kunnen dat de flyer in eerdere nummers die de Koninklijke Bibliotheek bezit ontbreekt, net als dat in de latere edities ook geen flyer meer is aangetroffen. Van de acht namen die mee gaan met de tour, zijn er per voorstelling steeds zes aanwezig. Het zijn voor een deel dezelfde namen als bij de eerste tour in 2007-2008. Özcan Akyol en Nico Dijkshoorn zijn nieuw toegevoegd, terwijl Matthijs van Nieuwkerk en Theun de Winter juist niet meer mee doen.

Niet alleen met een theatertour ook met het aanbieden van een schrijversworkshop probeert *Hard Gras* de connectie te zoeken en te behouden met de lezers. Vaste medewerkers Anna Enquist en Herman Koch geven les.¹⁵⁴ Het beste verhaal wordt gepubliceerd in *Hard Gras*, maar dat is tot dusver nog niet gebeurd.¹⁵⁵ Mogelijk wordt dit verhaal dus pas in 2020 gepubliceerd. De schrijversworkshop vond van 7 oktober tot en met 25 november 2019 elke maandagavond plaats.

¹⁵⁰ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 40, voorwoord

¹⁵¹ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 55, 112

¹⁵² Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 57, voorwoord

¹⁵³ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 104

¹⁵⁴ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 126, 123

¹⁵⁵ Geschreven in december 2019

Een ander evenement waar *Hard Gras* dichterbij de lezer wordt gebracht is het *Hard Gras* toernooi op 5 mei 2018. In nummer 118, februari 2018, staat een aankondiging op pagina 126. Je speelt 7 tegen 7 op een half veld en er wordt onderscheid gemaakt tussen schrijvers- en lezersteams. De locatie is voetbalclub ASV Wartburgia in Amsterdam-Oost. Je kunt je aanmelden door een mailtje te sturen naar de redactie. Een nummer later staat dezelfde aankondiging opnieuw achterin het blad. Helaas wordt er in nummer 120, juni 2018, niks meer gezegd over het verloop van dit toernooi. Op Facebook is wel een link te vinden naar een artikel van Herman Koch op de *Hard Gras*-website over onder ander het toernooi. Het hoofdonderwerp van het artikel was de Clásico tussen FC Barcelona en Real Madrid en Koch maakt een kleine verwijzing naar het *Hard Gras* toernooi.¹⁵⁶ En op Instagram is als terugblik op 12 mei nog een foto geplaatst van het toernooi.

Naast evenementen zijn er nog andere nevenactiviteiten. Zo doet *Hard Gras* ook aan merchandise. In nummer 70 wordt bijvoorbeeld aangekondigd dat er een speciale *Hard Gras* schoen komt, ontworpen door Cruijff Classics. De schoenen krijgen een *Hard Gras* logo en ze zijn ook beschikbaar voor dames. Het is een exclusieve actie want er geldt op=op en de oplage is slechts 300.¹⁵⁷ Later in februari 2012 wordt nog een prijsvraag uitgeschreven omdat Cruijff 65 wordt: ‘schrijf in 65 woorden een impressie van Johan Cruijff. De winnaar krijgt een pakket met onder andere een paar Cruyff Classics schoenen.’¹⁵⁸ Dit zijn echter Cruyff Classics zonder *Hard Gras* logo.

Behalve de winactie van Cruijff wordt er soms een aanbieding gedaan aan de lezers. Bijvoorbeeld de mogelijkheid om iemand van je naasten op het omslag te zetten als het tijdschrift tien jaar bestaat en zo een gepersonaliseerde *Hard Gras* te krijgen of te geven. Er zit een aantal voorwaarden aan verbonden en afhankelijk van hoeveel je er bestelt met jouw gekozen omslag, wordt de prijs vastgesteld.¹⁵⁹ Als het nummer is uitgekomen waar de mogelijkheid bestond voor een gepersonaliseerde omslag te kiezen, staat er achterin deze editie ‘De actie ‘Vier ook feest, plaats jezelf op de voorgrond’, is een doorslaand succes geworden. Meer dan duizend extra nummers van *Hard Gras* zijn besteld door de abonnees.’¹⁶⁰ Daarnaast is het soms mogelijk om met korting bijvoorbeeld een voetbalboek te bestellen. Vaak zijn deze boeken geschreven door een medewerker van *Hard Gras*.¹⁶¹

¹⁵⁶ Koch 2018, blogs Cafeïnevrij

¹⁵⁷ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 70, 2

¹⁵⁸ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 83, 111

¹⁵⁹ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 40, voorwoord; 4-5

¹⁶⁰ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 41, 111

¹⁶¹ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 87, 143

Het feit dat er 100 nummers zijn uitgebracht en dat het tijdschrift twintig jaar bestaat, is voldoende reden voor de redactie om een extra boek op de markt te brengen. Op deze manier blijft het natuurlijk vernieuwend en daardoor interessant voor de lezers. ‘Hopelijk is de lezer al op de hoogte van de verschijning van de bundel *Het Beste uit Twintig Jaar Hard Gras*. Zo niet kunnen we het boek alsnog aanbevelen als ideaal kerstcadeau.’¹⁶² In dit boek worden, zoals de titel al zegt, de beste verhalen nogmaals, maar nu bij elkaar, gepubliceerd. Er wordt over gezegd: ‘Waar elders vind je nu zo’n gevarieerd van talent barstend gezelschap, bij elkaar?’¹⁶³ Dit soort bundels verschijnen vaker als variant op het doorsnee blad dat ongeveer elke twee maanden verschijnt. Er is bijvoorbeeld ook een Cruijff special verschenen, ‘God is dood, Cruijff niet’, als ode aan Johan Cruijff nadat hij gestorven is.¹⁶⁴

Een andere nevenactiviteit is bedoeld voor de jonge lezer. *Hard Gras* is immers bedoeld voor de oudere lezer. Om ook iets te kunnen aanbieden aan een jonger publiek, heeft de redactie *Jong Gras* uitgebracht, bedoeld voor 9 tot 15 jarigen. Dit was na aanleiding van de voetbalmanifestatie ‘Philosophy Football’ in Londen ‘waar jong en oud met grote ogen langs de stands liepen. [...] Het bracht ons op het idee met Sinterklaas behalve *Hard Gras* 17 een *Jong Gras* uit te brengen.’¹⁶⁵ Er zijn uiteindelijk twee nummers uitgebracht en het is helaas niet te achterhalen waarom er niet meer nummers zijn verschenen. Het idee was namelijk dat het blad tweejaarlijks zou verschijnen. Mogelijk was de oplage te klein om het in stand te kunnen houden. Toch is er aan deze twee nummers wel aandacht besteed door de kranten. Zo is te lezen in *De Trouw* dat op de cover staat ‘Pas op dat je vader *Jong Gras* niet inpikt!’¹⁶⁶ Vooral dankzij de ondertitel wordt duidelijk dat het om het kleine broertje van *Hard Gras* gaat: ‘voetbaltijdschrift voor jonge lezers.’ Het blad is niet alleen voor jongens, maar ook voor meisjes.¹⁶⁷ Dat is opvallend, omdat vrouwenvoetbal in 1998 nog niet gewoon was.¹⁶⁸

Er zijn niet alleen nevenactiviteiten wat *Hard Gras* betreft, ook de carrières van Van Nieuwkerk en Spaan worden drukker. Zoals al gezegd kreeg vooral Van Nieuwkerk het druk met *De Wereld Draait Door*. Dit blijkt ook uit het voorwoord in nummer 12: ‘Ofschoon de nevenactiviteiten van de hoofdredactie zo langzamerhand niet meer te overzien zijn, mag

¹⁶² Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 99, voorwoord

¹⁶³ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 99, voorwoord

¹⁶⁴ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* special

¹⁶⁵ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 16, voorwoord

¹⁶⁶ Bakker 1998, *Trouw*

¹⁶⁷ Den Ambtman 1998, *Algemeen Dagblad*

¹⁶⁸ KNVB, geschiedenis

nummer 12 van *Hard Gras*, de voltooiing van de derde jaargang, even opvallend worden genoemd als de 11 die eraan vooraf gingen.¹⁶⁹ Dit wil echter niet zeggen dat er minder aandacht wordt gegeven aan *Hard Gras*, de redactie blijft hard werken om elke keer weer een goed tijdschrift neer te zetten, want ze wil niet dat het tijdschrift verdwijnt. Toch is het pas vanaf nummer 40 dat redactielid Hugo Borst erbij komt zodat de werkdruk iets meer verdeeld kan worden. Borst neemt een deel van de werkzaamheden van Van Nieuwkerk over.

6.2. *Hard Gras* Prijs voor de journalistiek

Behalve nevenactiviteiten om weer nieuwe lezers te trekken, blijft *Hard Gras* ook een pioniersrol vervullen als het gaat om schrijven over sport. Van 2005 tot en met 2013 heeft ze zelf een prijs uitgereikt: de *Hard Gras* Prijs. Deze prijs werd toegekend aan de schrijver van het best geschreven artikel voor het betreffende jaar in de categorie sportjournalistiek. De enige uitzondering is 2012, want in dat jaar is om onbekende reden geen prijs uitgereikt. De redactie van *Hard Gras* is in 2013 gestopt met uitreiken, omdat ze het idee had dat uitgevers en andere redacties genoeg doordrongen waren van het belang van pagina's die gewijd zijn aan sport.¹⁷⁰ De prijs wordt, zoals later zal blijken, ook op de website benoemd. En ook in de voorwoorden komt de prijs terug. Het begint in maart 2005: 'Achterin dit nummer vragen we aandacht voor de *Hard Gras* Prijs voor sportjournalistiek die vanaf november 2005 jaarlijks zal worden toegekend.'¹⁷¹ Als de prijs is uitgereikt, wordt in het voorwoord van december 2005 gezegd: 'De *Hard Gras* Prijs voor de sportjournalistiek is dit jaar uitgereikt aan Marije Randewijk van *De Volkskrant* voor haar artikel over de wielrenner Michel Zanoli.'¹⁷² Voor 2006 wordt in nummer 50 aangekondigd dat in november de nominaties bekend zullen worden, maar er wordt later niet meer genoemd wie er gewonnen heeft. Wel blijkt in nummer 57 wie een van de genomineerden was, hij was niet de uiteindelijke winnaar: 'Voor één keer drukken we een wielerverhaal af, dat van de genomineerde voor de *Hard Gras* Prijs Sven Spoormakers.'¹⁷³ Dit is meteen de laatste keer dat er in de voorwoorden gerept wordt over de *Hard Gras* Prijs, hoewel de prijs dus nog vijf keer wordt uitgereikt. Op Facebook wordt ook aandacht besteed aan deze prijs. Een link naar de website met een artikel over de genomineerden van 2013 is geplaatst en vier dagen later wordt gepubliceerd dat Mark

¹⁶⁹ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 12, voorwoord

¹⁷⁰ *Hard Gras* 2005-2013, *Hard Gras* Prijs

¹⁷¹ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 42, voorwoord

¹⁷² Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 45, voorwoord

¹⁷³ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 57, voorwoord

Misérus de winnaar is.¹⁷⁴ Aangezien dit de laatste *Hard Gras* Prijs is geweest, wordt er verder niks meer over geschreven op Facebook.

6.3. *Hard Gras* in de prijzen

Naast zelf een prijs uitreiken, wordt *Hard Gras* in 2017 genomineerd en wint vaste medewerker Carolina Trujillo in 2019 de Jan Hanlo essayprijs. Deze prijs krijgt ze voor haar verhalen die gepubliceerd zijn in verschillende *Hard Gras* nummers.¹⁷⁵ Deze verhalen zijn samen gebundeld tot het boek *Meisjes in de blessuretijd*. In het voorwoord van nummer 126 wordt er gekscherend over gezegd: ‘Het voortdurende gebruik van het woord essay werkt op de lachspieren. Maar ja, wat moet een jury die een essayprijs wil uitreiken en een verhalenbundel is de beste inzending?’¹⁷⁶

De nominatie is voor een mercur in de categorie ‘Artdirection van het jaar’.¹⁷⁷ De mercurus worden elk jaar uitgereikt en zijn ‘de vakprijzen voor de magazine mediabranche.’¹⁷⁸ Bij artdirection gaat het om een continue verbetering van de vormgeving of een volledige restyling van het magazine.¹⁷⁹ Een maand later blijkt dat ze niet gewonnen heeft.¹⁸⁰

Al met al zijn er dus heel wat activiteiten en momenten waar *Hard Gras* niet slechts als tijdschrift bestaat, maar (meer) contact zoekt met de lezers en blijft vernieuwen zodat de populariteit gewaarborgd blijft. Daarnaast is *Hard Gras* direct of indirect betrokken bij prijzen, waaruit blijkt dat het tijdschrift kwalitatief wordt gewaardeerd en gerespecteerd.

¹⁷⁴ Facebook Hard Gras, 24-12-2014; 28-12-2014

¹⁷⁵ Facebook Hard Gras, 16-05-2019

¹⁷⁶ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 126, voorwoord

¹⁷⁷ Facebook Hard Gras, 14-11-2017

¹⁷⁸ Magazine Media Associatie, Over Mercurus

¹⁷⁹ Magazine Media Associatie, Categorieën en criteria

¹⁸⁰ Facebook Hard Gras, 15-12-2017

7. *Hard Gras* in andere media

7.1. *Hard Gras* op tv

Hard Gras bestaat niet alleen op papier. In september 1996 verschijnt *Hard Gras* ook op tv: ‘Voor de lezers die ook wel eens televisie kijken, is er het goede nieuws dat *Hard Gras* vanaf 2 september bij Veronica in beeld zal verschijnen in een reeks documentaire programma’s van vier maal vijftig minuten.’¹⁸¹ Is het ironisch bedoeld dat er expliciet gezegd wordt ‘voor de lezers die ook wel eens televisie kijken’? Dit is echter niet waarschijnlijk, omdat de reactie in ditzelfde voorwoord zegt ‘wij zien het voorjaar en zomer van 1996 met veel plezier tegemoet.’¹⁸² Hiermee wordt aangegeven dat ze er onder andere naar uit kijkt dat *Hard Gras* op tv gaat verschijnen en dat ‘literaire lezers’ ook tv mogen kijken. In deze documentaires hebben Nelson Mandela, Helenio Herrera en Marco van Basten centraal gestaan, waarbij de aflevering van Marco van Basten opgesplitst was in twee delen. In de eerste aflevering is ‘de betekenis van het voetbal voor het integratieproces in Zuid-Afrika belicht.’¹⁸³ Nelson Mandela heeft hierin een belangrijke rol gespeeld en daarom staat hij centraal.

Hier blijft het niet bij want in 2011 komt *Hard Gras* met zes nieuwe afleveringen waarin opnieuw een voetballer of voetballiefhebber centraal staat. In plaats van Veronica is nu Nederland 3 de tv-zender waar de afleveringen te zien zijn. Het heet dan geen *Hard Gras* meer, maar *Heilig Gras*, want in verband met de reclameregels mocht de naam niet hetzelfde zijn.¹⁸⁴ In nummer 77 wordt *Heilig Gras* nog een keer benoemd, omdat Simon Kuper en Henk Spaan naar Oakland zijn gereisd om Billy Beane te ontmoeten. Dit bezoek is uitgezonden op 29 april 2011. Andere mensen die voorbij zijn gekomen in de uitzendingen zijn Robin van Persie, Luuk de Jong, Wilbert Suvrijn, Manon Melis en Wesley Verhoek.¹⁸⁵

7.2. *Hard Gras* website

Naast het tv-programma is het tijdschrift ook actief op social media en is er een eigen website. Uit de voorwoorden is niet af te leiden wanneer deze site is gemaakt. Uit verder onderzoek blijkt de website eind 2000 te zijn gemaakt, maar pas vanaf 2002 wordt er actief op gepubliceerd.¹⁸⁶ In het voorwoord van nummer 76, februari 2011, is te lezen dat er sprake is van een nieuwe website en dit is ook meteen de eerste verwijzing in het tijdschrift naar het

¹⁸¹ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 6, voorwoord

¹⁸² Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 6, voorwoord

¹⁸³ Van Lieshout 1996, *De Volkskrant*

¹⁸⁴ Smets 2011, *Dagblad van het Noorden*

¹⁸⁵ Hoekstra 2011, *Limburgs Dagblad*

¹⁸⁶ Wayback Machine, *Hard Gras*

bestaan van de website. Mogelijk zodat meer lezers de website gaan bezoeken: ‘Een grote verandering is de nieuwe website, bestierd door Janneke van der Horst. [...] Elke dag staat er behalve het VI-nieuws een nieuw stukje op de site van een van de bekende, of minder bekende *Hard Gras*-auteurs.’¹⁸⁷ Dit is tevens het eerste nummer dat is verschenen bij uitgeverij De Buitenspelers, dus dit nummer is in meerdere opzichten belangrijk voor de ontwikkeling van *Hard Gras*.

De oudste blog die teruggevonden kan worden op de huidige website is gepubliceerd op 3 januari 2011. Echter, in de hieraan voorafgaande periode zijn er ook al blogs gepubliceerd.¹⁸⁸ In nummer 95, april 2014, zit een advertentie dat de website opnieuw vernieuwd is: ‘Met dagelijks nieuwe blogs van onder meer Hugo Borst, Henk Spaan, Herman Koch, P.F. Thomése, Michel van Egmond, Janneke van der Horst en Özcan Akyol.’¹⁸⁹ Er werd echter al zo veel mogelijk elke dag gepubliceerd en schrijvers als Van der Horst, Borst en Thomése schreven al regelmatig een stuk voor de site. Dus in hoeverre is de website in 2014 werkelijk vernieuwd? Is deze advertentie mogelijk alleen ingezet om weer meer lezers naar de site te trekken? Het bijna elke dag publiceren wordt redelijk goed volgehouden, alleen in de zomermaanden zit er soms wat langer tussen. Met het verstrijken van de jaren wordt de website minder actief gebruikt. Het meest recent geziene artikel is van 2 januari 2020 en daarvoor is er op 23 december 2019 nog een blog gepubliceerd.¹⁹⁰ Soms is er ook een periode zichtbaar waarin geprobeerd is om wekelijks een artikel te publiceren, maar dit ritme werd meestal niet lang volgehouden. Een mogelijke reden is het gebrek aan goede artikelen om te publiceren of het gebrek aan tijd om alles te posten. Daarnaast wordt vermoed dat het zwaartepunt lag (en nog steeds ligt) bij het maken van het tijdschrift, waardoor de website van minder groot belang is: ‘Een website staat haaks op lange papieren teksten. Meer dan een voorproefje op *Hard gras* kunnen we hier, op deze spiksplinternieuwe site, niet bieden.’¹⁹¹

Naast artikelen van schrijvers die soms ook meewerken aan het blad, worden er ook stukken uit de Lezerspost gepubliceerd op de site. Het eerste artikel verschijnt op 17 januari 2013 en het laatste artikel is van 16 december 2019.¹⁹² Er lijkt geen patroon te zitten in het publiceren van deze artikelen, de ene maand wordt er veel gepubliceerd en dan is het weer een tijdje stil

¹⁸⁷ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 76, voorwoord

¹⁸⁸ Wayback Machine, *Hard Gras*

¹⁸⁹ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 95, advertentie

¹⁹⁰ Moment van raadplegen 08-02-2020

¹⁹¹ *Hard Gras*, Over ons

¹⁹² Moment van raadplegen 08-02-2020

wat Lezerspost betreft.¹⁹³ Later zal blijken dat de momenten waarop meer Lezerspost wordt gepubliceerd voor een deel overeenkomen met de Lezerspostweken op Facebook gedurende de zomerstop.¹⁹⁴

Qua blogs is de website dus nog enigszins actief en dit is ook meteen de enige rubriek waaruit blijkt dat de site nog gebruikt wordt. Er is namelijk ook een rubriek ‘Nieuws’ en dit is opgedeeld in ‘Uit het blad’, ‘Actueel’ en ‘Voetbalnieuws’. Het laatste artikel van ‘Uit het blad’ is van 31 augustus 2016 en dit artikel is eerder verschenen in het *Hard Gras* nummer van september 2002, dus herpubliceren op de website wordt sindsdien niet meer gedaan. Ook wat betreft ‘Actueel’ wordt het nieuws niet bijgehouden op de site, want er is voor het laatst iets geschreven op 18 augustus 2016.¹⁹⁵ In de rubriek ‘Voetbalnieuws’ is helemaal niks geschreven, maar er is wel de mogelijkheid om doorgestuurd te worden naar de website van VI en hier het meest recente voetbalnieuws te lezen. *Voetbal International* is, zoals eerder uitgelegd, het andere grote voetbaltijdschrift in Nederland. Het verschijnt wekelijks en heeft daarnaast een actieve website. Hier worden de recentste voetbalnieuwttjes geplaatst, zodat de lezer precies weet wat er speelt in de voetbalwereld. De doorverwijzing van *Hard Gras* naar *Voetbal International* geeft aan dat beide tijdschriften een ander publiek bedienen. Wanneer ze elkaars directe concurrenten zouden zijn geweest, was deze doorverwijzing niet mogelijk geweest. Later zal blijken dat er vaker naar elkaar verwezen wordt en dat er inderdaad geen sprake is van concurrentie tussen de bladen.

De rubriek met de edities wordt wel goed bijgehouden. Het meest recente nummer is een week geleden¹⁹⁶, 30 januari 2020, uitgekomen en dat wordt al vermeld. ‘Media’ is daarentegen weer een rubriek die niet meer bijgehouden wordt. Er is hier een aantal filmpjes te vinden, die gaan over onder andere de *Hard Gras* Prijs, waar al eerder over gesproken is, en over de *Hard Gras* tour. In het blad maakt, zoals bleek uit paragraaf 5.1, Gerrit de Jager elke keer de strips. Hij heeft daarnaast ook een aantal strips gemaakt voor de website. Deze zijn te vinden onder het kopje ‘Cartoons’. Het zijn er echter maar twaalf en voor zover bekend zijn ze niet eerder gepubliceerd in het blad. Ze zijn dus speciaal voor de website gemaakt, maar de meerwaarde van deze cartoons op de site is niet duidelijk.

¹⁹³ De Gouden Wissel, 17-01-2013 t/m 16-12-2019

¹⁹⁴ Facebook Hard Gras

¹⁹⁵ Moment van raadplegen 08-02-2020

¹⁹⁶ Moment van raadplegen 08-02-2020

Op Facebook wordt, zoals in paragraaf 7.3 te lezen is, regelmatig verwezen naar de website door het posten van links naar blogs. Facebook is ook de manier om lezers op de hoogte te stellen van problemen en nieuwigheden van de website. Op 23 december 2013 ligt de website er bijvoorbeeld compleet uit en is de redactie ook niet per mail bereikbaar.¹⁹⁷ Anderhalve maand later volgt een bericht dat met behulp van de nieuwe uitgeverij Ambo|Anthos de website volledig vernieuwd is. Ook kan met een berichtje op Facebook het lezersaantal voor de website groeien. Toch wordt er maar één keer bewust reclame gemaakt voor de website: ‘Op welke website lees je stukjes van P.F. Thomése, Özcan Akyol, Frank Heinen en Herman Koch?’¹⁹⁸ Door alle links wordt de lezer natuurlijk al telkens geattendeerd op het bestaan van de website. Hoewel de website zelf dus niet meer actief gebruik wordt, leeft de website nog dankzij Facebook.

7.3. *Hard Gras op Facebook*¹⁹⁹

Behalve de website bestaan er ook een *Hard Gras* Facebook-, Twitter- en Instagramaccount. Op de website is het tijdschrift dan niet meer zo actief, op Facebook is dat zeker wel het geval. Dit heeft te maken met de populariteitsgroei van het medium. Facebook heeft sinds 2008 een enorme groei doorgemaakt; van 100 miljoen gebruikers wereldwijd is dit aantal gestegen naar 2,38 biljoen in 2019.²⁰⁰ Voor Nederland geldt dat het aantal Facebookgebruikers in 2015 nog steeds stijgende is. Dit is vooral te danken aan de 65- en 80-plussers die dan online gaan en deze groei zet ook in 2016 door.²⁰¹ Er zijn in 2016 zo’n 9,6 miljoen Nederlanders die op z’n minst maandelijks op Facebook te vinden zijn. Op basis van de inhoud is aangenomen dat *Hard Gras* niet specifiek voor jongeren bedoeld is, eerder juist voor de 40- en 50-plussers. Dat het jongerenaantal Facebookgebruikers daalt is dus geen probleem voor het tijdschrift en vermoedelijk is dat ook de reden dat de website minder intensief gebruikt wordt. De *Hard Gras* lezers verplaatsen hun onlinegebruik van de website naar Facebook en de redactie speelt hier slim op in.

De populariteit is ook terug te zien in het aantal volgers van de *Hard Gras* Facebookpagina. Maar liefst 4762 personen vinden de pagina leuk en hiervan zijn er 4727 die de pagina daadwerkelijk volgen.²⁰² In vergelijking tot de Facebookpagina van *Voetbal*

¹⁹⁷ Facebook Hard Gras, 23-12-2013

¹⁹⁸ Facebook Hard Gras, 26-08-2015

¹⁹⁹ Bij het benoemen van het aantal posts is geprobeerd zo nauwkeurig mogelijk te zijn. Gezien de hoeveelheid en het ontbreken van een prettige zoekfunctie op Facebook is het echter mogelijk dat er posts niet meegeteld zijn.

²⁰⁰ Ortiz-Ospina 2019

²⁰¹ Van der Veer, Sival & Van der Meer 2016, Newcom

²⁰² Moment van raadplegen 07-03-2020

International is het echter geen groot aantal. *VI* heeft 280.352 volgers en 283.444 mensen die de pagina leuk vinden. Dat is ongeveer zestig keer zo groot. Gezien de grote (naams)bekendheid van *VI* is het niet gek dat zij veel populairder is dan *Hard Gras*.

Voor de volgers en likes van de pagina is niet te achterhalen hoe de groei heeft plaatsgevonden. Er is wel nog naar de groei van de likes bij de berichten gekeken, om enigszins een beeld te geven. De *Hard Gras* pagina bestaat sinds oktober 2010, maar pas sinds 2011 is er sprake van actief gebruik. Het maximaal aantal likes dat gehaald werd in dit eerste jaar was slechts veertien. En er zijn zelfs posts die maar één like hebben gekregen. Inmiddels, in 2019, heeft de populairste post 240 likes. Het is één van de posts waar Spaan punten geeft aan voetballers of coaches. In dit geval gaat het om Donny van de Beek van Ajax.²⁰³ Deze rubriek is sowieso populair, want de een na populairste post van 2019 heeft 234 likes en die gaat over het rapportcijfer van Hakim Ziyech, eveneens van Ajax.²⁰⁴ Maar lang niet alle posts zijn even populair. Veel berichten krijgen slechts vier, vijf, zes of zeven likes. In de post met de minste likes wordt de winnaar van het boek *Samen Sterk* van Annemarie Postma bekend gemaakt. Er zijn slechts twee mensen die dit bericht geliket hebben.²⁰⁵ Het gemiddeld aantal likes over 2019 is niet uitgerekend, omdat er zoveel berichten zijn geplaatst, maar vermoed wordt dat dit rond de dertig zal zitten. Er zijn een aantal uitschieters naar boven, maar de meeste berichten hebben tussen de tien en twintig likes.

Er is ook nog gekeken naar 2015, om zo te kunnen zien wat de groei is geweest. Op 30 augustus 2015 is verreweg de populairste post geplaatst. Dit is het bericht dat *Studio Spaan* terug is en er zijn 111 mensen die een like hebben gegeven. Op de tweede plek komt een post met 63 likes.²⁰⁶ In 2015 is er zelfs ook een post die geen enkele like heeft gekregen. Het gaat om de post over de krimpende markt van de scheurkalenders en de beslissing geen kalender meer uit te geven. Dit zal later nog een keer uitgelicht worden. Er zijn echter wel vijf opmerkingen bij de post geplaatst.²⁰⁷ Vanaf 2011 is dus constant sprake geweest van een kleine groei, het totaal aantal likes bij de berichten is gedurende de jaren toegenomen, al geldt dit niet voor alle berichten. Het aantal opmerkingen bij posts valt meestal tegen, tenzij er nadrukkelijk gevraagd wordt naar reacties. Erg populair wat betreft de opmerkingen was de oproep tot het plaatsen van een foto met jouw verzameling *Hard Gras* nummers ter ere van het twintigjarig jubileum met 25 opmerkingen.²⁰⁸ Terwijl de mogelijkheid om als lezer een

²⁰³ Facebook Hard Gras, 01-05-2019

²⁰⁴ Facebook Hard Gras, 06-11-2019

²⁰⁵ Facebook Hard Gras, 01-07-2019

²⁰⁶ Facebook Hard Gras, 15-05-2015

²⁰⁷ Facebook Hard Gras, 08-01-2015

²⁰⁸ Facebook Hard Gras, 24-02-2015

foto te posten terwijl *Hard Gras* gelezen wordt, zodat er een *Hard Gras* bundel gewonnen kan worden, maar vier reacties krijgt.²⁰⁹

De pagina bestaat dus officieel sinds oktober 2010. Op 11 oktober is er een aantal foto's geplaatst om de pagina meer vorm te geven. Op 19 oktober verschijnt dan de eerste echte post over het nieuwe nummer dat in de winkel ligt.²¹⁰ In het resterende deel van 2010 zijn er nog vijf berichten geplaatst, waarvan eentje op 21 oktober en daarna een maand later pas weer. Deze laatste vier posts worden om de vijf dagen geplaatst, de laatste op 6 december 2010. Vanaf 2011 wordt vrijwel elke dag een link gepost naar de website. Deze link verwijst naar de blog die die dag online is gekomen, inclusief de Lezerspost. Op deze manier neemt de Facebookpagina eigenlijk de functie van de website over, want mensen zien het bericht op Facebook en komen zo op de website terecht. Naast verwijzingen naar de blogs worden ook nieuw uitgebrachte edities gepromoot. Met een foto van de cover wordt bijvoorbeeld gezegd dat het nieuwe nummer in de winkels ligt.²¹¹ Daarnaast wordt er regelmatig gepost over het nieuwe nummer dat in de maak is. Onder andere door een foto te plaatsen van de redactie die aan het werk is.²¹² Maar er worden ook vooraankondigingen gedaan van artikelen die erin staan of bij het uitkomen van de editie wordt een samenvatting gepost of de redactie post het voorwoord om de lezer warm te maken voor het nieuwe nummer.²¹³

In 2011, 2013, 2015, 2016 en 2018 vraagt de redactie aan lezers om Lezerspost in te sturen. Dit betekent dat Lezerspost niet meer alleen in het blad gepubliceerd wordt, maar ook online. Of dit met het economische aspect te maken heeft, is niet te zeggen. Vermoedelijk is er bewust voor gekozen om ook online te gaan met Lezerspost zodat er meer gepubliceerd kan worden, waardoor lezers zullen blijven schrijven en wellicht ook abonnee zullen blijven. De lezers zien op deze manier dat er wel degelijk iets gedaan wordt met hun ingezonden teksten. Uit hoofdstuk 5 bleek immers dat er niet altijd ruimte is voor Lezerspost in het papieren blad. Deze stukjes tekst worden geplaatst op de website en in sommige gevallen wordt er een link naar de blog gepost op Facebook. In paragraaf 7.2 kwam al even naar voren dat deze Lezerspostweken terug te zien zijn in de momenten waarop op de website een blog is geplaatst. In 2011 kun je door het insturen van een stukje tekst zelfs het luisterboek van het *Hard Gras* optreden in De La Mar winnen. Het idee achter deze Lezerspostweken is dat

²⁰⁹ Facebook Hard Gras, 18-06-2016

²¹⁰ Facebook Hard Gras, 19-10-2011

²¹¹ Facebook Hard Gras, 27-04-2011

²¹² Facebook Hard Gras, onder andere 15-06-2014; 13-02-2015; 13-06-2015; 19-11-2016; 26-01-2018; 26-09-2018; 15-07-2019; 20-09-2019; 22-11-2019

²¹³ Facebook Hard Gras, 19-04-2015; 21-06-2015; 21-02-2016; 12-04-2016; 18-12-2017; 26-09-2018

Facebook ook in de zomermaanden actief gebruikt wordt, ook als de redactie vakantie heeft. Naast Lezerspostweken in de zomer kent 2016 ook een Lezerspostwekeneditie in de winterstop.²¹⁴ Dit is echter een eenmalige editie. Behalve inzendingen van lezers worden er in al deze vakantieperiodes ook meer artikelen uit het archief geplaatst, zodat er geen radiostilte ontstaat op Facebook.²¹⁵

Sinds het bestaan van de Facebookpagina worden er regelmatig win- en verlotingsacties uitgeschreven, die niet in het tijdschrift verschijnen. Er kan vaker een exemplaar van *Hard Gras* gewonnen worden, maar er worden ook andere dingen weggegeven. Vaak zijn dit boeken die over voetbal gaan. Bijvoorbeeld de biografie van Messi, geschreven door Lucia Caioli, waar 35 exemplaren van weggegeven worden.²¹⁶ En *Hard Gras* 90 kan gewonnen worden door een voetbalvraag goed te beantwoorden. Een week lang wordt elke dag een vraag geplaatst en elke dag is er een winnaar. In 2016 maak je kans om een *Hard Gras* bundel te winnen. Er liggen er op dat moment drie in de winkel: de zomerbundel, de Cruijffspecial en *Voetbalhelden*, waar vergeten voetballers opnieuw aangehaald worden. *Hard Gras* bundels worden gemaakt als er een speciale gelegenheid voor is, zoals het overlijden van Johan Cruijff. En in de zomer verschijnt vaker een extra dik nummer. Het enige wat je moet doen om kans te maken op een bundel is reageren welke je wilt winnen en waarom.²¹⁷ Op 10 juni wordt er gepost dat de winnaars bekend zijn en dat Ambo|Anthos er door het grote aantal reacties voor heeft gekozen om van elke bundel drie exemplaren weg te geven in plaats van één.²¹⁸ Voetbalshirts kunnen gewonnen worden als Nederland van Mexico wint op het WK van 2014. *Hard Gras* heeft namelijk oude Brazilië-shirts in zijn bezit en wil er elf weggeven.²¹⁹ Een winactie die vooral indirect te maken heeft met *Hard Gras* is kaartjes voor de verfilming van het boek *J.Kessels* van P.F. Thomése. Naast twee vrijkaarten wordt ook de filmeditie van het boek weggegeven.²²⁰ Thomése heeft negen keer meegeschreven aan *Hard Gras* en is mee geweest met de theatertour, dus waarschijnlijk wordt er daarom reclame voor hem gemaakt. Over soortgelijke promotieberichten wordt in paragraaf 8.2. verder ingegaan.

Aan winacties die wel in het papieren blad staan, wordt meestal ook nog aandacht besteed op Facebook: 'In [de] komende editie van *Hard Gras* verloten we onder onze lezers 8

²¹⁴ Facebook Hard Gras, 26-12-2016; 06-01-2017

²¹⁵ Facebook Hard Gras, 04-07-2012

²¹⁶ Facebook Hard Gras, 23-04-2013

²¹⁷ Facebook Hard Gras, 02-06-2016

²¹⁸ Facebook Hard Gras, 10-06-2016

²¹⁹ Facebook Hard Gras, 29-06-2014

²²⁰ Facebook Hard Gras, 6-10-2015

keer 2 passe-partouts voor het Total Football Festival!’²²¹ Dit festival wordt elk jaar in een andere Nederlandse stad gehouden en staat volledig in het teken van voetbal.²²² Opvallend is ook dat bij de winactie voor het winnen van nummer 96 vermeld staat dat als je een abonnement hebt, je nog steeds mee kunt doen, want dan wordt er een andere prijs verzonden.²²³ Dit stond eerder niet vermeld bij winacties van nieuwe *Hard Gras* nummers. Het is mogelijk dat er kritiek is gekomen op deze winacties, waardoor de redactie genoodzaakt was een zin toe te voegen.

Volgens een telling op Facebook zijn er zo’n 35 winacties en verlotingen geweest.²²⁴ Toch vindt de redactie dat kennelijk nog te weinig want ze schrijft op 17 maart 2016: ‘Onze trouwe abonnees gaan we vaker belonen. De prijswinnaars worden elke keer bekendgemaakt in het blad.’²²⁵ In deze post wordt de DVD over Zlatan Ibrahimovic verloot onder de abonnees, je hoeft er verder helemaal niks voor te doen. Een kleine maand later worden de winnaars van deze lotingsactie op Facebook gepubliceerd en wordt er nog een keer benadrukt dat ze enkel gewonnen hebben omdat ze trouwe abonnees zijn.²²⁶ Opvallend is dat in de eerste post gezegd wordt dat de winnaars in het blad bekend worden gemaakt, maar dat er uiteindelijk toch ook een post op Facebook wordt geplaatst. Kennelijk is alleen het blad niet (meer) voldoende. De winacties worden ook ingezet om groter te worden. Zo is er de mogelijkheid om de biografie van Zlatan Ibrahimovic en de nieuwe *Hard Gras* te winnen als je de desbetreffende post liket en deelt. Maar behalve de post liken zegt de redactie ook ‘En like ons.’, want alleen zo haalt *Hard Gras* natuurlijk zelf voordeel uit de actie.²²⁷

Het draait niet alleen om het geschreven woord op Facebook. Ook tv-uitzendingen en andere evenementen worden aangekondigd. Deze evenementen hebben soms duidelijk betrekking op *Hard Gras*, maar soms ook absoluut niet. Frank Heinen interviewt bijvoorbeeld Marcel van Roosmalen bij Tastoos Grote Literatuurquiz – aflevering XXIII, en dat gaat niet over voetbal.²²⁸ Beide auteurs werken echter wel vaker mee aan *Hard Gras*, dus indirect is er toch een link met dit evenement.

²²¹ Facebook Hard Gras, 20-08-2013

²²² Total Football Festival, Over TFF

²²³ Facebook Hard Gras, 09-07-2014

²²⁴ Gezien de enorme hoeveelheid posts, is het mogelijk dat er een bericht over een winactie doorheen is geglipt.

²²⁵ Facebook Hard Gras, 17-03-2016

²²⁶ Facebook Hard Gras, 12-04-2016

²²⁷ Facebook Hard Gras, 24-10-2016

²²⁸ Facebook Hard Gras, 02-11-2013

Henk Spaan en Matthijs van Nieuwkerk zijn aanwezig geweest bij *Pauw* om te praten over twintig jaar *Hard Gras*.²²⁹ Dit twintigjarig jubileum wordt ook gevierd met aanwezigheid bij *RTL Late Night* en in deze uitzending is ook het derde redactielid, Hugo Borst, erbij.²³⁰ *RTL Late Night* en *Pauw* zijn niet de enige talkshows, ook *Jinek*, *Beau* en *M* nodigen (een deel van) de redactie uit. *Jinek* doet dit bijvoorbeeld naar aanleiding van de *Hard Gras* editie waar geboortekaartjes van huidige voetballers in staan.²³¹

Een ander evenement is ‘De avond van de stadsdichter’. Op maandag 6 april 2015 zullen Anna Enquist, Herman Koch, Janneke van der Horst en Marcel van Roosmalen daar aanwezig zijn. Dit zijn allemaal medewerkers van *Hard Gras*, maar de avond heeft verder niks met het tijdschrift te maken en toch wordt het evenement aangekondigd op Facebook. De redactie zet kennelijk graag haar medewerkers in de spotlight, ook als dat niks met voetbal of het tijdschrift te maken heeft.²³²

Natuurlijk wordt ook de *Hard Gras* theatertour aangekondigd. Je kunt kaarten kopen door op de link te klikken en hier kun je ook de speeldata en steden zien.²³³ Het blijft niet alleen bij deze aankondiging, er wordt veel aan gedaan om zoveel mogelijk mensen naar het theater te trekken. Er zijn bijvoorbeeld korte filmpjes gemaakt door *Studio Spaan* zodat er vast een klein voorproefje te zien is van de *Hard Gras* Tour.²³⁴ En door de recensie uit *Het Parool* te plaatsen, probeert de redactie mensen nog zover te krijgen een kaartje te kopen.²³⁵ Daarnaast heeft het radioprogramma *Met het oog op morgen* Henk Spaan en Marcel van Roosmalen uitgenodigd om te praten over de theatertour, die op 17 oktober 2015 van start gaat.²³⁶ Gedurende de theatertour is de groep erg actief op Facebook want er worden foto’s geplaatst van repetities en dat ze onderweg is naar het theater van die dag.²³⁷

De unieke *Hard Gras* avond waar Karl Ove Knausgård Ruud van Nistelrooij zal interviewen is nog een ander evenement. In nummer 100 en 106 is er twee keer een publicatie geplaatst van Knausgårds boek *Uit en Thuis*.²³⁸ Vermoedelijk is dankzij deze samenwerking het idee ontstaan hem te vragen voor de *Hard Gras* avond. Liefhebbers van voetbal en literatuur moeten hier volgens de redactie bij aanwezig zijn.²³⁹ Als het evenement is geweest,

²²⁹ Facebook Hard Gras, 28-10-2014

²³⁰ Facebook Hard Gras, 26-02-2015

²³¹ Facebook Hard Gras, 24-02-2016

²³² Facebook Hard Gras, 03-04-2015

²³³ Facebook Hard Gras, 14-06-2015

²³⁴ Facebook Hard Gras, 02-10-2015

²³⁵ Facebook Hard Gras, 13-10-2015

²³⁶ Facebook Hard Gras, 16-10-2015

²³⁷ Facebook Hard Gras, 17-10-2015; 30-10-2015

²³⁸ Bijlage 2

²³⁹ Facebook Hard Gras, 11-11-2015

wordt er ook nog een post geplaatst en er worden foto's van bezoekers gepubliceerd.²⁴⁰ Op deze manier wordt de betrokkenheid van de lezers behouden waardoor de populariteit gelijk blijft of zelfs stijgt. Het evenement zelf blijkt ook populair te zijn, want er volgt een tweede editie op 9 september 2016 over het Algerijnse onafhankelijkheidsselftal.²⁴¹ En in september 2019 was er een heus *Hard Gras* Kafee.²⁴² 'KAFEE is een tweemaandelijks literair programma van Ambo|Anthos en Athenaeum Boekhandel Roeterseiland.'²⁴³ Dit is de derde keer dat het georganiseerd wordt en deze editie staat volledig in het teken van *Hard Gras*.

Naast alle eerder genoemde posts wordt er natuurlijk ook reclame gemaakt voor het nemen van een abonnement of voor bepaalde leesacties. In 2012 is er bijvoorbeeld een sinterklaasactie waarbij je een 'twee-nummerabonnement' kunt afsluiten.²⁴⁴ En voor Vaderdag 2019 was er de mogelijkheid om Henk Spaan een persoonlijke boodschap te laten sturen als je een proefabonnement voor je vader afsloot.²⁴⁵ Het is ook mogelijk om *Hard Gras* in de sportkantine te krijgen. Op 7 augustus 2018 kan er een jaarabonnement van zes nummers worden afgesloten voor €39,95.²⁴⁶ Maar er is ook de mogelijkheid eerst een proefnummer aan te vragen door de clubgegevens achter te laten.²⁴⁷ *Hard Gras* 113 is gratis te downloaden voor *Parool*-lezers zodat zij hun vrienden kunnen laten kennismaken met dit tijdschrift. Vanaf *Hard Gras* 122 is het tijdschrift zelfs als e-book verkrijgbaar. De uitgever gaat dus mee in het digitaal aanbieden van de content en tegelijk is er waarschijnlijk sprake van een economisch belang. Meer publiciteit en bekendheid zorgt uiteindelijk immers weer voor meer abonnees als het goed is, dus het is vooral ook slim om de lezersdeal met het *Parool* te sluiten en het tijdschrift als e-book uit te geven.²⁴⁸

Er zijn in de afgelopen negen jaar ontzettend veel berichten geplaatst. Het is onmogelijk om al deze berichten te tellen. Er is geprobeerd de berichten te categoriseren en zo nauwkeurig mogelijk te zijn bij het benoemen van aantallen, maar er zijn ook veel berichten die niet in een categorie thuishoren en enkel geschikt zijn om op dat moment te plaatsen. Een goed voorbeeld is de special over het Deense voetbal en het bericht dat dit nummer vertaald zal

²⁴⁰ Facebook Hard Gras, 17-01-2016

²⁴¹ Facebook Hard Gras, 25-06-2016

²⁴² Facebook Hard Gras, 12-09-2019

²⁴³ Atheneum Boekhandel 2019

²⁴⁴ Facebook Hard Gras, 05-12-2012

²⁴⁵ Facebook Hard Gras, 12-06-2019

²⁴⁶ Huidige prijs zes-nummerabonnement €61,50, 22 maart 2020

²⁴⁷ Facebook Hard Gras, 07-08-2018

²⁴⁸ Facebook Hard Gras, 10-04-2017; 11-10-2018

worden in het Deens.²⁴⁹ Of de informatieve post dat er geen scheurkalender 2015 komt omdat er sprake is van een krimpende markt voor scheurkalenders, zoals al eerder voorbijkwam in deze paragraaf.²⁵⁰ Vanaf 2003 is er voor zover bekend elk jaar een scheurkalender verschenen, tot 2015. Hier wordt in nummer 32 ook reclame voor gemaakt.²⁵¹ Het is opvallend dat *Hard Gras* ook scheurkalenders uitgaf, aangezien die niet passen bij het literaire gehalte dat ze wilt uitdragen. De kalender zorgt natuurlijk wel voor geld, waardoor het vermoedelijk noodzakelijk was deze op de markt te brengen. Hoewel het tijdschrift geen winstootmerk heeft en het daarom de vraag is in hoeverre het noodzakelijk was. Het zou ook kunnen dat de redactie het simpelweg leuk vond om een scheurkalender aan te bieden, zolang dit financieel realistisch was. Naast alle bovenstaande voorbeelden, zijn er genoeg andere berichten die uitgelicht hadden kunnen worden, maar dan was deze paragraaf nog vele malen langer geworden. Het is nu in ieder geval duidelijk dat Facebook een erg actief en belangrijk medium is voor de *Hard Gras* redactie.

7.4. *Hard Gras* op Instagram

Net als bij Facebook geldt ook voor Instagram dat dit medium een groei doormaakt. In 2016 zijn er 2,1 miljoen gebruikers actief op Instagram en het is vooral populair onder jongeren tot en met negentien jaar. De vermoedelijke groep *Hard Gras* lezers is juist niet zo vertegenwoordigd op Instagram, slechts 11 procent van 40 t/m 64 jarigen heeft een profiel op dit medium.²⁵²

Het totaal aantal volgers is nu 344.²⁵³ In het begin had een post altijd rond de vijftien tot twintig likes.²⁵⁴ Bij de recentere posts is het aantal likes gestegen, hoewel er ook nog steeds posts zijn met weinig likes. De boekpresentatie van het boek van Spaan over Nouri is duidelijk het populairst met 101 likes.²⁵⁵ Terwijl de post over de inhoud van het nieuwe *Hard Gras* nummer op 3 februari 2020, maar twaalf likes heeft gekregen.²⁵⁶ Qua reacties is Instagram nog minder populair dan Facebook. Er wordt nauwelijks gereageerd op berichten, tenzij er naar gevraagd wordt. *VI* daarentegen heeft maar liefst 153.000 volgers op Instagram en alle posts hebben minimaal 2000 likes. *Hard Gras* heeft vermoedelijk een minder divers publiek dan *Voetbal International*, dat zorgt allereerst al voor minder volgers. Daarnaast is de

²⁴⁹ Facebook Hard Gras, 25-02-2016

²⁵⁰ Facebook Hard Gras, 08-01-2015

²⁵¹ Van Nieuwkerk, Spaan & Borst, *Hard Gras* 32, 120

²⁵² Van der Veer, Sival & Van der Meer 2016, Newcom

²⁵³ Moment van raadplegen 07-03-2020

²⁵⁴ Instagram hardgras, 12-05-2018; 18-05-2018; 11-06-2018

²⁵⁵ Instagram hardgras, 17-10-2018

²⁵⁶ Instagram hardgras, 03-02-2020

lezersgroep van *Hard Gras* minder actief op Instagram, waardoor het totaal aantal volgers niet alleen een stuk lager is dan het aantal van *VI*, maar ook ten opzichte van de *Hard Gras* pagina's op Twitter en Facebook.

Op 9 mei 2018 verschijnt de eerste post op Instagram, maar enige regelmaat is ver te zoeken.²⁵⁷ Er wordt onder andere gepost over nieuwe nummers en hoe Van Nieuwkerk of Borst een voetbalwedstrijd kijkt. Ook wordt er een aankondiging gedaan voor het Soccer Rocker Festival op 1 juni 2018 waar Spaan, Thomése en Koch zullen optreden.²⁵⁸ De ogenschijnlijk laatste post is dateert van 17 oktober 2018.²⁵⁹ Vervolgens duurt het maar liefst een jaar voordat er opnieuw een post verschijnt. Op 30 oktober 2019 wordt namelijk aangekondigd dat er hard gewerkt wordt aan het nieuwe *Hard Gras* nummer, editie 129.²⁶⁰

Uit nader onderzoek blijkt dan dat het account gehackt is geweest. Op 4 oktober 2019 opent er namelijk een nieuw account en de eerste post zegt 'Ons vorige account was gehackt. Maar hier gaan we verder!'²⁶¹ Ook op Facebook wordt vermeld dat het eigenlijke account gehackt is en er wordt verwezen naar het nieuwe Instagramaccount.²⁶² Op dit account verschijnen vervolgens zes posts voordat de redactie teruggaat naar het oorspronkelijke account. Kennelijk is de hack opgelost en kan het oude account weer in gebruik genomen worden. 'Dit account gaat sluiten, we nodigen jullie graag (weer) uit op ons oude account!'²⁶³ De vraag waarom er tussen 17 oktober 2018 en 4 oktober 2019 niks is gepost blijft echter onbeantwoord. Er was immers altijd de mogelijkheid om een nieuw account te openen, maar dat is om de een of andere reden niet gebeurd. Het zou kunnen dat hier bewust voor is gekozen, omdat het beoogde publiek minder aanwezig is op Instagram dan op Facebook, zoals is vastgesteld op basis van gebruikersaantallen.

Sinds de terugkeer op het oude account is de redactie iets actiever op Instagram. Er verschijnen regelmatig afbeeldingen over bijvoorbeeld de inhoud van een *Hard Gras* nummer. Ook wordt er vaker gepost dat de redactie druk aan het werk is met het in elkaar zetten van een nieuw nummer. Een verklaring hiervoor is de groei van Instagram sinds 2017. In 2019 heeft Instagram 4,9 miljoen gebruikers. Toch is voor de groep 40-64 jarigen het aantal actieve leden ongeveer gelijk gebleven²⁶⁴, maar het aantal volgers voor *Hard Gras* is gestegen. Dus mogelijk is er toch nog een andere leeftijdsgroep die graag *Hard Gras* leest of

²⁵⁷ Instagram hardgras, 09-05-2018

²⁵⁸ Instagram hardgras, 29-05-2018

²⁵⁹ Instagram hardgras, 17-10-2018

²⁶⁰ Instagram hardgras, 30-10-2019

²⁶¹ Instagram hardgras_voetbaltijdschrift, 04-10-2019

²⁶² Facebook Hard Gras, 04-10-2019

²⁶³ Instagram hardgras_voetbaltijdschrift, 01-11-2019

²⁶⁴ Van der Veer, Boeke & Hoekstra 2019, Newcom

er is een andere onbekende verklaring. Ondanks iets meer activiteit blijft dit medium dus het minst populair. Instagram is natuurlijk ook beperkter dan Facebook, maar heeft als voordeel ten opzichte van Twitter dat er makkelijker foto's geplaatst kunnen worden. Aangezien de redactie nog niet zo lang op Instagram zit, en er ook een lange pauze is geweest, is het goed mogelijk dat Instagram in de komende jaren zal worden uitgebreid. Met name ook, omdat dit mediaplatform groeiende is en er een grote kans bestaat dat het aantal gebruikers dat ook *Hard Gras* leest, zal toenemen.

De foto's die op Insta verschijnen, zijn deels ook op Facebook verschenen. Dit betreft bijvoorbeeld de foto van het voetbaltoernooi van 5 mei 2018 of de foto's waar te zien is hoe Borst, Van Nieuwkerk en Spaan voetbalwedstrijden kijken.²⁶⁵ Op vakantie of gewoon thuis op de bank, om zo ook een inkijkje te geven in het privéleven van de hoofdredactie. Deze manier van social mediagebruik zorgt ervoor dat lezers van het ene medium naar het andere medium getrokken kunnen worden, waardoor het aantal volgers waarschijnlijk zal toenemen.

7.5. *Hard Gras* op Twitter

Hard Gras zit sinds 18 augustus 2011 ook op Twitter. Hiervan wordt een aankondiging gedaan op Facebook en dit Twitteraccount is ook nog steeds actief.²⁶⁶ Twitter is verder echter niet volledig onder de loep genomen omdat het lastig te onderzoeken is vanwege alle retweets. De eigen gepubliceerde tweets gaan bijvoorbeeld over het nieuwe nummer of er wordt een kort stukje tekst geplaatst. Dit stukje is in sommige gevallen al eerder als blog op de website verschenen. Facebook en Twitter zijn als het ware de vervangers van de website. Daarnaast wordt er soms een tipje van de sluier opgelicht door een foto te posten waarin een deel van een artikel zichtbaar is. Deze berichten komen dus overeen met wat op Facebook wordt gepubliceerd, ze zijn alleen wat minder uitgebreid vanwege het limiet van het aantal karakters. Verder wordt er vooral veel geretweet: tweets van andere mensen delen op jouw account.

Hoewel Twitter dus wel veel gebruikt wordt door *Hard Gras*, is het over het algemeen geen populair medium. In 2015 is er sprake van een daling in het totaal aantal gebruikers. Het zijn vooral de jongeren die hun account verwijderen, terwijl de 80-plussers juist massaal Twitter gaan gebruiken.²⁶⁷ Voor *Hard Gras* lijkt deze verschuiving in gebruikers weinig uit maken, omdat jongeren niet geïnteresseerd zijn in het voetbaltijdschrift. Het account heeft

²⁶⁵ Facebook *Hard Gras*, onder andere 12-05-2018; 13-05-2018; 24-06-2018; 10-07-2018; 11-07-2018; 15-07-2018

²⁶⁶ Moment van schrijven 29-02-2020

²⁶⁷ Van der Veer, Sival & Van der Meer 2016, Newcom

maar liefst 20.700 volgers en is hiermee duidelijk populairder dan Instagram of Facebook. Ook voor dit medium geldt echter dat *Voetbal International* aanzienlijk meer volgers heeft: 473.100, maar net als bij Facebook is dit verschil goed te verklaren.²⁶⁸

Naast de aankondiging dat er nu ook een Twitteraccount bestaat, wordt er op Facebook nog één keer naar dit platform verwezen. Er zijn kennelijk veel positieve reacties op *Hard Gras* 106 verschenen op Twitter en een selectie van deze reacties is geplaatst op Facebook.²⁶⁹ Waarschijnlijk bedoeld om weer meer volgers te trekken naar Twitter.

Hard Gras is naast het uitbrengen van zes edities per jaar actief op verschillende mediaplatforms. Met name Facebook en Twitter zijn veelgebruikte accounts, maar ook Instagram groeit. Zowel Facebook als Instagram heeft een flink aantal volgers en op berichten wordt redelijk goed gereageerd. Er is echter weinig te zeggen over het aantal likes dat een post zal krijgen. Met de groei van het aantal Facebook- en Instagramgebruikers is ook het aantal likes en volgers gegroeid, maar er zijn nog steeds berichten die weinig tot geen reacties krijgen. Vermoedelijk heeft dit te maken met de inhoud van de post en/of het tijdstip waarop het bericht geplaatst wordt. De website was eerder altijd het belangrijkste medium om ook online in contact te blijven met de lezers, maar de andere sociale media hebben deze functie overgenomen. Dat wil echter niet zeggen dat de website niet meer bestaat, want Facebook is bij uitstek geschikt om te verwijzen naar de website als er nieuwe berichten geplaatst zijn. Het gaat niet alleen om de sociale media, ook tv is door *Hard Gras* ingezet om meer bekendheid te creëren. De redactie is zelf een aantal keren op tv verschenen om te praten over het blad en er is door redactielid Henk Spaan een tv-serie, eerst onder dezelfde naam en later onder de naam *Heilig Gras*, gemaakt over voetbal. Naast alle nevenactiviteiten uit hoofdstuk 6 wordt er dus ook online nog veel gedaan om *Hard Gras* als tijdschrift onder de aandacht te brengen.

²⁶⁸ Moment van raadplegen 29-02-2020

²⁶⁹ Facebook *Hard Gras*, 03-03-2016

8. *Hard Gras* (be)oordeelt

8.1. Receptie

In het vorige hoofdstuk werd geschreven dat er op Facebook berichten geplaatst worden van *Hard Gras* medewerkers of lezers. Naast het publiceren van deze artikelen, worden er ook artikelen over *Hard Gras* geplaatst. Dit zijn bijvoorbeeld recensies over een net uitgebracht nummer of artikelen over de *Hard Gras* tour. Ook *Voetbal International* besteedt, zoals duidelijk werd in hoofdstuk 5, aandacht aan *Hard Gras*. Op 11 februari publiceert VI bijvoorbeeld online een artikel over de nieuwe *Hard Gras* website.²⁷⁰ Hierbij moet opgemerkt worden dat dit in de periode is dat *Hard Gras* bij uitgeverij De Buitenspelers zit en *Voetbal International* dan ook nog bij De Buitenspelers zit, zoals geschreven is in hoofdstuk 4. Twee weken later wordt er nog een artikel geplaatst over het nieuwe nummer dat in de winkel ligt.²⁷¹ Behalve deze twee artikelen is er nog één ander artikel geschreven door VI, maar hier is niks over gepost op Facebook. Het gaat over de overstap van *Hard Gras* naar De Buitenspelers, wat dus ook in het belang van VI is.²⁷² Voor en na de overstap naar De Buitenspelers heeft VI geen enkele keer iets geschreven over *Hard Gras*, dus de enige reden dat de drie genoemde artikelen zijn geschreven, is de uitgeverij. Dat de beide tijdschriften over elkaar kunnen schrijven en dat ze een periode bij dezelfde uitgeverij hebben gezeten, laat net als in paragraaf 7.2. zien dat er geen sprake is van concurrentie.

De recensies zijn van heel verschillende media. *Nu.nl* heeft bijvoorbeeld nummer 88 gerecenseerd en *Hard Gras* 102 heeft vier sterren gekregen van *De Limburger*.²⁷³ Ook het *Friesche Dagblad* besteedt aandacht aan het tijdschrift, hij schrijft onder andere een recensie over nummer 103.²⁷⁴ Daarnaast worden recensies over hetzelfde nummer met elkaar vergeleken. *Het Parool* heeft erg lovend geschreven over nummer 107 en twee weken later geeft *De Limburger* deze editie vier sterren.²⁷⁵ *Hard Gras* 107 krijgt daarna ook nog aandacht in *De Volkskrant*: ‘We blijven niet aan de gang om jullie aan te sporen *Hard Gras* 107 te kopen. Dat is ook jullie eigen verantwoordelijkheid. Maar na 4 sterren in *Het Parool* en daarna in *De Limburger* nu ook aandacht voor het nummer in de column van Arjan Peters in *De Volkskrant*.’²⁷⁶ De redactie hecht er duidelijk waarde aan dat Arjan Peters een recensie over het tijdschrift schrijft. Voor de oudere lezers is Arjan Peters een gevestigde naam als het

²⁷⁰ Voetbal International, 11-02-2011

²⁷¹ Voetbal International, 23-02-2011

²⁷² Voetbal International, 27-09-2010

²⁷³ Facebook Hard Gras, 28-07-2015

²⁷⁴ Facebook Hard Gras, 15-09-2015

²⁷⁵ Facebook Hard Gras, 29-04-2016; 15-05-2016

²⁷⁶ Facebook Hard Gras, 18-05-2016

gaat om recensies in *De Volkskrant*. De jongere generatie zal hem echter nauwelijks kennen. De redactieleden zijn allen ook al wat ouder en vinden het belangrijk dat er ook op de traditionele manieren aandacht wordt gegeven aan *Hard Gras*. Vroeger betekende het veel wanneer een net uitgekomen boek werd gerecenseerd in onder andere *De Volkskrant*, tegenwoordig gaat dit veelal ook online. Als een gewaardeerde recensent dan op papier een oordeel geeft, zegt dat iets over de literaire waarde van het boek, of in dit geval van het tijdschrift. Zeker gezien alle dalende cijfers bij literaire tijdschriften, zoals Temme stelde in *Deus ex Machine*.²⁷⁷

Het *Parool* schrijft ook nog een algemener stuk over *Hard Gras* ter gelegenheid van het honderdste nummer.²⁷⁸ De publiciteit voor een literair tijdschrift is opvallend groot, want er is ook nog een interview verschenen in *De Standaard*²⁷⁹ en *Volkskrant Magazine* heeft zelfs twee keer aandacht geschonken aan *Hard Gras*. De eerste keer is op 7 juni 2014. Dit is een algemene uitgave over *Hard Gras*²⁸⁰, maar in 2019 staat het magazine in het teken van de Oranjeleeuwinnen die gaan strijden op het WK. Anna Enquist heeft namelijk Sarina Wiegman geïnterviewd voor *Hard Gras* 126 en dit interview is nu voorgepubliceerd.²⁸¹ Dit zijn lang niet alle Facebookberichten die naar een recensie verwijzen. In totaal zijn er 35 Facebookposts met een verwijzing naar een recensie. *Het Parool* is waarschijnlijk de krant die de meeste aandacht besteedt aan *Hard Gras*, want van dit dagblad zijn tien berichten gepubliceerd. Het kan ook dat de redactie van *Hard Gras* het vaakst *Het Parool* overneemt, omdat Matthijs van Nieuwkerk van 1996-2000 bij *Het Parool* heeft gewerkt als hoofdredacteur. Ook *De Volkskrant* recenseert regelmatig het nieuwe *Hard Gras* nummer, want er zijn negen posts van deze krant terug te vinden op Facebook.

Naast al deze verwijzingen op Facebook zijn er nog meer artikelen over *Hard Gras* geschreven. In Nexis Uni zijn er 3667 Nederlandse artikelen gevonden waar *Hard Gras* in genoemd wordt in de periode van 1 januari 1994 tot en met 31 december 2019. Hiervan zijn er 329 verschenen in *Het Parool* en 311 in *De Volkskrant*, het is dus inderdaad niet gek dat deze twee kranten het vaakst overgenomen zijn op Facebook. De artikelen in de databank, zijn niet alleen recensies, het zijn ook artikelen waar *Hard Gras* als voorbeeld genoemd wordt. *Hard Gras* wilde immers literatuur en voetbal verbinden. Later zijn er ook pogingen gedaan om andere culturele takken te combineren met literatuur. Een goed voorbeeld is het

²⁷⁷ Temme, 2009, 1

²⁷⁸ Facebook Hard Gras, 03-03-2013; 02-03-2015

²⁷⁹ Facebook Hard Gras, 27-02-2015

²⁸⁰ Facebook Hard Gras, 04-06-2014

²⁸¹ Facebook Hard Gras, 25-05-2019

tijdschrift *Wah Wah*, dat graag popmuziek en literatuur wilde combineren. In artikelen over dit poptijdschrift wordt verwezen naar het voetbaltijdschrift als grote voorbeeld. Over alle eerder genoemde nevenactiviteiten, zoals de *Hard Gras* prijs, de theatertour en de tv-serie, is ook ten minste één artikel verschenen. Hieruit blijkt dat *Hard Gras* bekend is en dat kranten het belangrijk vinden het tijdschrift af en toe extra onder de aandacht te brengen als daar een reden voor is. En andersom dat de redactie het kennelijk belangrijk vindt om kranten aan te halen die aandacht besteden aan het tijdschrift of die aandacht besteden aan een uitgebracht boek van een van de medewerkers, zoals zal blijken uit de volgende paragraaf.

8.2. Reclame

Het gaat niet alleen om voetbal. Medewerkers krijgen ook aandacht online als ze bijvoorbeeld een nieuw boek hebben uitgebracht, zoals het eerder genoemde boek *J.Kessels* van Thomése. Of als een boek genomineerd is voor een prijs, zoals Herman Koch voor de NS-publieksprijs met *Geachte Heer M.* De volgers worden aangespoord te stemmen en zo kans te maken op een jaar lang gratis boeken.²⁸² Of bijvoorbeeld Wiep Idzenga, hij heeft in 2014 een bundel over wielrennen uitgebracht die besteld kan worden.²⁸³ En het boek van Frank van Kolfschooten, *De Beethovenstraat*, wordt als leestip gegeven waarbij zelfs quotes uit recensies worden aangehaald: ‘Een wandeling door de Beethovenstraat is nooit meer hetzelfde na lezing van dit boek.’ – NRC Handelsblad’.²⁸⁴

Ook de redactieleden schrijven naast hun werkzaamheden bij *Hard Gras* nog boeken. Zo heeft Hugo Borst een boek over Louis van Gaal geschreven en is hij daarom te gast bij *De Wereld Draait Door*.²⁸⁵ Een dag eerder was zijn boekpresentatie en hierover wordt een link naar YouTube geplaatst, zodat deze presentatie teruggekeken kan worden.²⁸⁶ En voor het tweede boek van Henk Spaan, *De Binnentuin*, wordt de link naar een artikel in *Het Parool* over de boekpresentatie gepost met daarbij de woorden: ‘Dit is geen tip, maar een advies.’, zodat lezers gestimuleerd worden het boek te kopen.²⁸⁷ Tot slot is er ook nog de leestip *De kleine Messi*, een verzameling van eerder gepubliceerde stukjes tekst in *Het Parool*. Deze stukjes zijn geschreven door Ellen Dikker, wier zoon in de jeugdopleiding van Ajax speelt.²⁸⁸

²⁸² Facebook Hard Gras, 26-10-2014

²⁸³ Facebook Hard Gras, 22-11-2014

²⁸⁴ Facebook Hard Gras, 29-10-2015

²⁸⁵ Facebook Hard Gras, 26-02-2014

²⁸⁶ Facebook Hard Gras, 14-03-2014

²⁸⁷ Facebook Hard Gras, 04-05-2017

²⁸⁸ Facebook Hard Gras, 22-09-2017

Een andere manier van reclame maken, gebeurt onder andere in de zomer van 2015. Op Facebook verschijnt dan een foto van een stapel boeken die alle geschreven zijn door *Hard Gras* auteurs met daarbij de tekst ‘Vakantie? Lees eens een boek van een auteur van *Hard Gras*.’²⁸⁹ Dit zijn slechts enkele voorbeelden van boekentips die door de redactie zijn gegeven, want in totaal zijn er ongeveer zeventien boeken getipt op Facebook van verschillende *Hard Gras* schrijvers.

Het is erg opmerkelijk dat de redactie deze niet-sportboeken promoot op Facebook. Het mogen dan weliswaar boeken zijn van auteurs die meewerken aan *Hard Gras*, het blijft vreemd dat Facebook als podium gebruik wordt om reclame te maken voor zaken die weinig met *Hard Gras* te maken hebben. Toch is het te verklaren omdat *Hard Gras* zichzelf graag neerzet als een familie. In de beginfase gingen de redactieleden en andere medewerkers bijvoorbeeld na elk uitgebracht nummer uiteten om te vieren dat er weer een nieuwe editie was. En als een schrijver eenmaal had meegewerkt, mocht hij of zij altijd mee uiteten waardoor de ‘familie’ steeds groter werd.²⁹⁰ Het is een tijdschrift ‘in de wij-vorm.’ ‘*Hard Gras* wordt gedefinieerd door de eerste persoon meervoud. De schrijvers zijn Hard gras. De lezers zijn Hard gras. Wij zijn Hard gras.’²⁹¹

²⁸⁹ Facebook Hard Gras, 18-07-2015

²⁹⁰ RLT Late Night, 26-02-2015

²⁹¹ Hard Gras, Over ons

9. Conclusie

Aan het begin van deze scriptie werd al gezegd dat de populariteit van het literaire voetbaltijdschrift *Hard Gras* opvallend is op de huidige tijdschriftenmarkt. Dit succes is onderzocht aan de hand van de onderzoeksvraag: ‘Hoe kan het succes van het literaire tijdschrift *Hard Gras* verklaard worden binnen het hedendaagse literaire veld?’ Om deze vraag te beantwoorden is een aantal deelvragen opgesteld en deze zijn stuk voor stuk behandeld. Er is eerst gekeken naar het buitenland, vervolgens zijn de verschillende uitgevers die *Hard Gras* hebben uitgegeven bestudeerd, en is het financiële plaatje van het blad geschetst, daarna zijn het tijdschrift en bijbehorende activiteiten besproken, in hoofdstuk 7 zijn de verschillende mediakanalen aan bod gekomen en ten slotte zijn de receptie en reclame geanalyseerd.

Het blijkt dat de populariteit van *Hard Gras* niet eenduidig te verklaren is. Er zijn verschillende factoren die een rol spelen bij het succesverhaal van het literaire voetbaltijdschrift. Uit de vergelijking met *Der Tödliche Pass* en *When Saturday Comes* is duidelijk geworden dat een tijdschrift alleen niet meer voldoende is. Ook blijkt dat maken van een soortgelijk tijdschrift in een ander land niet hoeft te betekenen dat het tijdschrift daar net zo populair wordt. *Perfect Pitch*, gebaseerd op *Hard Gras*, stopte immers al na vier nummers. *Der Tödliche Pass* heeft geen nevenactiviteiten als boeken of merchandise en ook geen grote losse verkoop. Hierdoor heeft het tijdschrift maar een kleine oplage en meer moeite om te blijven bestaan. *When Saturday Comes* is daarentegen, net als *Hard Gras*, actiever wat betreft nevenactiviteiten en het bevorderen van de populariteit. De theatertour, het voetbaltoernooi en de schrijversworkshop zijn voorbeelden van nevenactiviteiten van *Hard Gras*. Bewust werken aan de populariteit is kennelijk een betere aanpak, want hun oplages en omvang zijn groter dan het Duitse equivalent. Die oplage blijkt bij *Hard Gras* elke keer te stijgen als er wordt overgestapt naar een andere uitgeverij. Andere redenen om over te stappen worden niet gegeven en zijn er dus vermoedelijk ook niet. Behalve de groei in oplage hebben de uitgeverijen weinig invloed op het succes van het tijdschrift.

Inhoudelijk zorgen de overstappen namelijk voor weinig veranderingen. De genres die gebruikt worden blijven hetzelfde, maar de verhalen die verteld worden zijn telkens anders. Dit ligt zowel aan de auteur als aan het onderwerp van het artikel. Ook zijn niet in elk *Hard Gras* nummer dezelfde rubrieken aanwezig. De enige constante zijn de gedichten van Theun de Winter en de strip van Gerrit de Jager, hoewel beiden ook enkele keren ontbreken zoals uit hoofdstuk 5 is gebleken. De medewerkers zijn zowel mannen als vrouwen en ze zijn zowel jong als oud. Ook nieuw talent krijgt een kans want de redactie is steeds actief op zoek naar

nieuwe schrijvers, terwijl oudgedienden ook nog steeds gevraagd worden. De auteurs die schrijven voor *Hard Gras* brengen over het algemeen toegankelijk werk uit. Hun werk is soms licht literair getint en is voor de meeste ervaren lezers goed te lezen. Dat zij gevraagd worden om te schrijven voor een literair voetbaltijdschrift dat graag elke voetballiefhebber van goede verhalen voorziet, is dan ook een logisch gevolg. Ook hoeft iemand van oorsprong geen schrijver of journalist te zijn, cabaretiers en oud-voetballers met een goed voetbalverhaal mogen bijvoorbeeld ook meeschrijven.

Bij Ambo|Anthos staat het tijdschrift elk jaar in de zwarte cijfers, wat knap is aangezien *When Saturday Comes* en *Der Tödliche Pass* duidelijk laten merken dat het moeite kost. En dat terwijl *When Saturday Comes* ook nog eens op een soortgelijke manier lezers probeert te trekken. Wat voor het ene land werkt, hoeft dus niet voor het andere land te werken. *Hard Gras* lukt het goed om financieel gezond te blijven, zonder te veel extra inkomstenbronnen. Er wordt bijvoorbeeld maar één advertentie per nummer geplaatst, vrijwel alle kosten kunnen gedekt worden met het abonnementsgeld of een subsidie van het Fonds voor Journalistieke Projecten. Voor de medewerkers is een kleine bijdrage beschikbaar, maar de artikelen worden vooral geschreven omdat de auteurs het leuk vinden om mee te werken. Niet om geld te verdienen. Het is helaas niet gelukt om het exacte financiële plaatje te kunnen geven, omdat deze gegevens niet verstrekt konden worden door de uitgever. Om deze reden is er ook niet dieper ingegaan op de kosten en inkomsten van het tijdschrift.

In *Hard Gras* staan niet alleen artikelen van personen die gevraagd zijn iets te schrijven, er is ook een rubriek ‘Lezerspost’. De redactie vond en vindt het belangrijk om lezers een stem te geven en de betrokkenheid groot te houden. Dit wordt niet alleen gedaan door Lezerspost, maar ook door het organiseren van de eerder genoemde nevenactiviteiten.

Het gaat echter niet alleen om deze evenementen, want er worden ook andere acties georganiseerd. Zo zijn er winacties en is er onder andere de mogelijkheid tot het verpersoonlijken van een *Hard Gras* nummer. Deze winacties worden in de beginjaren alleen geplaatst op papier, maar sinds 2011 worden er ook prijzen verloot op Facebook. Niet alleen op Facebook is *Hard Gras* actief, het heeft ook een Twitter- en Instagramaccount. De manier waarop de digitale media worden ingezet is bedoeld om meer contact te krijgen met de lezers, aangezien het gebruik hiervan de afgelopen jaren enorm is gestegen. Hierbij is Facebook verreweg het meest gebruikte medium voor de *Hard Gras* doelgroep, hoewel Twitter qua volgers populairder is. Hier is echter meer sprake van retweeten terwijl op Facebook werkelijk nieuwe posts geplaatst worden. Instagram is nog in een ontwikkelingsfase en zal mogelijk meer gebruikt gaan worden zodra de doelgroep ook meer aanwezig is op dit

medium. Voordat Facebook en Twitter groot werden, was er een website die actief gebruikt werd. Inmiddels hebben de sociale mediakanalen de functie daarvan voor een groot deel overgenomen, al wordt er vooral via Facebook nog vaak doorgelinkt naar berichten op de website.

Uit de voorwoorden is gebleken dat de redactie telkens weer trots is op een nieuw uitgebracht nummer. Die trots komt ook terug in de recensies die op Facebook geplaatst worden. In deze recensies wordt een *Hard Gras* nummer altijd positief beoordeeld en de redactie wil op deze manier mensen aan sporen tot kopen. Vooral *Het Parool* en *De Volkskrant* schrijven vaak over *Hard Gras*. Ze worden beide gerekend tot de kwaliteitskranten, dus dat daarin recensies over het tijdschrift gepubliceerd worden, geeft aan dat *Hard Gras* gewaardeerd wordt. Vooral omdat literaire tijdschriften tegenwoordig veel minder vaak besproken worden in kranten. Naast het verwijzen naar krantenartikelen over *Hard Gras*, worden ook recensies en andere artikelen overgenomen over boeken die geschreven zijn door medewerkers van *Hard Gras*. Het gaat om medewerkers die één keer of vaker meegeschreven hebben en daarom besluit de redactie er aandacht aan te besteden. Er is echter nooit sprake van een directe link. Meestal gaat het om romans en niet eens om voetbal- of sportboeken. Dit laat zien dat *Hard Gras* meer is dan een tijdschrift dat wil verkopen. Het is een familie, een vriendenclub. In de beginjaren gingen ze samen uiteten en verschillende medewerkers zijn bereid meerdere keren mee te werken aan een nieuw nummer. Ook uit de website blijkt dat het niet gaat om 'ik' maar om 'wij'.

In deze scriptie is *Hard Gras* vooral op zichzelf bestudeerd. In een vervolgonderzoek zou het goed zijn om de Nederlandse literaire tijdschriftenmarkt breder te analyseren en andere tijdschriften, bijvoorbeeld *De Revisor*, te vergelijken met *Hard Gras*. Waarom lukt het *Hard Gras* wel en andere tijdschriften niet. De factoren voor het succes van *Hard Gras* zijn nu bekend. Maar hoe gaan andere tijdschriften hiermee om?

Daarnaast zou een lezersonderzoek onder de lezers van *Hard Gras* nieuw inzicht kunnen geven voor de vraag waarom het tijdschrift zo populair is. Voor een lezersonderzoek was in deze scriptie geen ruimte. Dankzij een lezersonderzoek kan duidelijk worden waar het tijdschrift nog verbeterd kan worden of juist wat al gewaardeerd wordt aan het blad.

In hoofdstuk 3 is kort ingegaan op de literaire voetbaltijdschriften in het buitenland. Eventueel zou er een groter onderzoek opgezet kunnen worden waarbij *When Saturday Comes*, *Der Tödliche Pass* en *Hard Gras* vergeleken worden. Dit is vooral interessant omdat beide buitenlandse tijdschriften het financieel moeilijker hebben dan *Hard Gras* en daardoor

rijst de vraag hoe dit mogelijk is. Wat zegt dit over het literaire veld in Engeland, Duitsland en Nederland?

De mogelijke vervolgonderzoeken kunnen ervoor zorgen dat de succesfactoren van Nederlands grootste literaire tijdschrift vanuit een breder perspectief bekeken kunnen worden. Toch kan ook op basis van deze scriptie een antwoord gegeven worden op de eerder geformuleerde onderzoeksvraag.

Het is duidelijk dat de liefde voor voetbal het uitgangspunt is en deze liefde wordt gecombineerd met, zoals de redactie zelf zegt, kwalitatief goede en intellectuele verhalen. Er wordt niet bewust gestreefd naar een grotere oplage of meer onlinevolgers, aangezien Ambo|Anthos geen winstoogmerk heeft met *Hard Gras*. Toch is de populariteit natuurlijk mooi meegenomen, want zelfs zonder winstoogmerk kunnen zo toch zwarte cijfers geschreven worden. Dankzij verschillende evenementen en het groot houden van de lezersbetrokkenheid probeert het blad populair te blijven. Een grotere lezersbetrokkenheid betekent immers dat abonnees waarschijnlijk langer zullen blijven en dat nieuwe lezers eerder een abonnement zullen afsluiten. De evenementen maken het mogelijk dat *Hard Gras* meer kan zijn dan enkel een tijdschrift en dat zorgt uiteindelijk ook voor een grotere verkoop.

Het succes van *Hard Gras* komt vooral door de enorme passie van de redactie om een intellectueel voetbalblad te maken en de gave om contact te zoeken en te behouden met de lezers. De formule die zij gebruiken om telkens een nieuw nummer te maken blijkt dus goed te werken. Zeker aangezien het tijdschrift de afgelopen 25 jaar nauwelijks is veranderd en het in vergelijking met andere literaire bladen al jaren de grootste is. Naast het tijdschrift zijn wel nevenactiviteiten ontstaan die geholpen hebben de populariteit te waarborgen. Kennelijk hadden Van Nieuwkerk en Spaan gelijk toen ze in hun eerste voorwoord schreven dat Nederland rijp was voor een literair getint voetbaltijdschrift. De redactie heeft slim ingespeeld op de literaire markt en verder gekeken dan alleen het papieren blad door het organiseren van de verschillende nevenactiviteiten en het inzetten van sociale media. Daarnaast helpt het ook dat de medewerkers het vooral doen voor het plezier en de eer, financieel scheelt dit daarom een hoop. De kosten blijven beperkt en *Hard Gras* kan financieel gezond blijven. Terwijl elk ander literair tijdschrift met moeite overeind blijft, lijkt *Hard Gras* een gouden toekomst tegemoet te gaan.

10. Bibliografie

Ambtman, G. den. (3-12-1998). 'Jong Gras: verboden te roken!'. *Algemeen Dagblad*, Media, p.21.

Atheneum Boekhandel (26-09-2019). 'KAFEE #3 - De Hard gras-editie'. Geraadpleegd van <https://www.atheneum.nl/agenda/atheneum-roeterseiland/kafee-3-de-hard-gras-editie/>

Auteur onbekend (14-02-1997). 'Hard Gras krijgt een zusterblad'. *Het Parool*, rubriek en pagina onbekend.

Auteur onbekend (15-04-1989). 'Football fans crushed at Hillsborough.' *BBC News*.
Geraadpleegd van http://news.bbc.co.uk/onthisday/hi/dates/stories/april/15/newsid_2491000/2491195.stm

Auteur onbekend (14-02-2005). 'Hard Gras.' *Dagblad van het Noorden*, rubriek en pagina onbekend.

Auteur onbekend (16-06-2005). 'Abonnees nog zonder Hard Gras'. *Het Parool*, Media, p.13.

Auteur onbekend (18-06-2005). 'Gewoon optellen'. *De Volkskrant*, het vervolg, p.226.

Auteur onbekend (20-06-2014). 'Berichten over doden bij bouw WK-stadions in Qatar onjuist'. *Haarlems Dagblad*, Sport, pagina onbekend.

Auteur onbekend (20-06-2014). 'Hard Gras 'Geen doden bouw stadion Qatar'.' *NRC Handelsblad*, Media, p.27.

Auteur onbekend (16-09-2014). 'Oranjegekte niet voor iedereen'. *Dagblad van het noorden*, Sport, p.34.

Auteur onbekend (26-03-2020). 'Nouri wordt sinds kort thuis verzorgd: 'Hij is zich bewust van waar hij is'.' *Nu.nl*. Geraadpleegd van <https://www.nu.nl/voetbal/6040588/nouri-wordt-sinds-kort-thuis-verzorgd-hij-is-zich-bewust-van-waar-hij-is.html>

Bakker, F. (04-12-1998). 'De omslag van het eerste nummer Jong Gras'. *Trouw*, Kunst, p.23.

Bakker, S. (1985). *Literaire tijdschriften. Van 1885 tot heden*. Amsterdam: De Arbeiderspers.

Beau (01-10-2019). 'Aflevering 20'. Geraadpleegd via https://www.rtlx1.nl/#!/beau-434052/2ea0b7c8-55c8-3d30-ae14-a463d7541de9?utm_medium=referral&utm_source=tvblik

Beek, H. van der (10-06-2005). 'Claim tegen Hard Gras'. *Het Parool*, Binnenland, p.99.

Berkeljon, S. (08-12-2010). '“Onvoorstelbaar dat ik ooit zonder iPhone heb geleefd”; zap & surf Henk Spaan'. *De Volkskrant*, Media en Mensen, p.15.

- Brester, M. (2001). 'Sport is voor de slimmen: de ontvangst van *Hard Gras* in dag- en weekbladen'. *Tijdschrift voor Tijdschriftstudies*, 9, p.17-24.
- Brouwer, E., Meinderts, A., Spaan, H. & Staal, E. (2000). *Literatuur met een doel. Schrijvers over voetbal*. Amsterdam: uitgeverij L.J. Veen.
- De Gouden Wissel, Lezerspost. (17-01-2013 t/m 16-12-2019). 'Blogs'. Geraadpleegd van <https://www.hardgras.nl/bloggers/de-gouden-wissel-lezerspost/>
- Der Tödliche Pass. (jaartal onbekend). 'Konzept'. Geraadpleegd van <http://www.dertoedlichepass.de/konzept.html>
- Deutscher Fussball-Bund. (jaartal onbekend). 'Autoren-national Mannschaft'. Geraadpleegd van <https://www.dfb.de/dfb-kulturstiftung/autoren-nationalmannschaft/>
- Edwards, C. (29-05-1995). 'Improving standing soccer'. *The Northern Echo*, katern & pagina onbekend.
- Elling, A. (2018). 'De kracht van sport voor LHBTI-stigmatisering en emancipatie: Riek Stienstra Lezing 2018'. Utrecht: Mulier Instituut.
- Eurostat (2019). 'Population on 1 January'. Geraadpleegd van <https://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tps00001&plugin=1>
- Facebook Hard Gras (2011-heden). Geraadpleegd van <https://www.facebook.com/hardgras/>
- Fischer, G. (30-01-2015). 'Fussball im Geiste der Aufklärung; 1995 gründete Claus Melchior das heft "Der tödliche Pass"'. *Süddeutsche Zeitung*, Leute; München West; Bayen Region, s.6.
- Flett, D. (09-04-2016). 'Y Front fanzine launched as distraction from a pants York City season'. *York Press*, Sport, pagina onbekend.
- Fonds voor de Letteren. (2009). 'Jaarverslag Fonds voor de Letteren 2008'. Geraadpleegd van <http://www.letterenfonds.nl/nl/publicaties>
- Fonds voor de Letteren. (2010). 'Jaarverslag Fonds voor de Letteren 2009'. Geraadpleegd van <http://www.letterenfonds.nl/nl/publicaties>
- Fonds voor de Letteren. (2012). 'Jaarverslag 2010-2011'. Geraadpleegd van <http://www.letterenfonds.nl/nl/publicaties>
- Fonds voor de Letteren. (2013). 'Jaarverslag 2012'. Geraadpleegd van <http://www.letterenfonds.nl/nl/publicaties>
- Fonds voor de Letteren. (2014). 'Jaarverslag 2013'. Geraadpleegd van <http://www.letterenfonds.nl/nl/publicaties>

- Fonds voor de Letteren. (2015). 'Jaarverslag 2014'. Geraadpleegd van <http://www.letterenfonds.nl/nl/publicaties>
- Fonds voor de Letteren. (2016). 'Jaarverslag 2015'. Geraadpleegd van <http://www.letterenfonds.nl/nl/publicaties>
- Fonds voor de Letteren. (2017). 'Jaarverslag 2016'. Geraadpleegd van <http://www.letterenfonds.nl/nl/publicaties>
- Fonds voor de Letteren. (2018). 'Jaarverslag 2017'. Geraadpleegd van <http://www.letterenfonds.nl/nl/publicaties>
- Fonds voor de Letteren. (2019). 'Jaarverslag 2018'. Geraadpleegd van <http://www.letterenfonds.nl/nl/publicaties>
- Hard Gras (jaartal onbekend). 'Over ons'. Geraadpleegd van <https://www.hardgras.nl/over-ons/>
- Hard Gras (2005-2013). 'Hard Gras Prijs'. Geraadpleegd van <https://www.hardgras.nl/hard-gras-prijs/>
- Haverkamp, A. (2019). *Biografieën in beweging. Een cultuurhistorische analyse van levensverhalen van Nederlandse topsporters, 1928-2014*. Hilversum: uitgeverij Verloren.
- Hill, D. (07-04-1991). 'Football: The half-decent defender of those long-suffering supporters; When Saturday Comes: Dave Hill salutes the sceptical fanzine which fights to keep the fun in football'. *The Independent*, Sport, p.29.
- Hill, D. (10-09-2003). 'Stand up if you love the beautiful game'. *The Evening Standard*, katern onbekend, p.48.
- Historici.nl. (jaartal onbekend). 'Tijdschrift voor tijdschriftenstudies'. Geraadpleegd van <https://www.historici.nl/resource/tijdschrift-voor-tijdschriftstudies/>
- Hoekstra, I. (15-04-2011). 'Heilig Gras: boeiend maar niet meer om te lachen'. *Limburgs Dagblad*, katern onbekend, p.16.
- Instagram Hard Gras (09-05-2018-heden). 'hardgras'. Geraadpleegd van <https://www.instagram.com/hardgras/>
- Instagram Hard Gras (04-10-2019 t/m 01-11-2019). 'hardgrass_voetbaltijdschrift'. Geraadpleegd van https://www.instagram.com/hardgras_voetbaltijdschrift/
- Kilpatrick, D. (2009). 'Poetics and the Beautiful Game'. *Aethlon: The journal of sport literature* (27) 1, pagina onbekend.
- KNVB (datum onbekend). 'Geschiedenis'. Geraadpleegd van <https://www.knvb.nl/themas/meiden--en-vrouwenvoetbal/breedtesport/geschiedenis>

- Koch, H. (07-05-2018). 'Blogs - Cafeïnevrij'. Geraadpleegd van http://www.hardgras.nl/blogs/herman-koch/cafeinevrij/?fbclid=IwAR0_o4si2Kxh4nLFzvMgfSyt06MweKIog3r0E4v5UNwhrTaCMEoL1-aEu9w
- Koninklijke Bibliotheek. (jaartal onbekend). 'Boekgeschiedenis 300 jaar tijdschriften: inleiding en titelindex'. Geraadpleegd van <https://www.kb.nl/themas/boekgeschiedenis/300-tijdschriften-inleiding-en-titelindex>
- Kroon, J. (21-10-2014). 'Corruptie bij de FIFA in een geheim rapport.' *NRC Handelsblad*, Sport, p.17.
- Kroon, J. (08-04-2015). 'België bombarderen, dat is wel overdreven; Column'. *NRC Handelsblad*, Sport, pagina onbekend.
- Kunstredactie (08-07-2005). 'Schadevergoeding voor uitgever Hard Gras'. *NRC Handelsblad*, Kunst, p.15.
- Kuper, S. (1997-1999). *Perfect Pitch* volume 1-4. Geraadpleegd van https://www.amazon.co.uk/s?k=perfect+pitch&bbn=266239&rh=n%3A266239%2Cp_lbr_books_authors_browse-bin%3ASimon+Kuper&dc&fst=as%3Aoff&qid=1586624254&mid=535007031&ref=sr_in_-2_p_lbr_books_authors_78
- Kuper, S. (22-11-2013). 'How book about sports got serious'. *Financial Times*, rubriek en pagina onbekend.
- Lange, D. (2019). 'Football participation England 2016-2018'. Geraadpleegd van <https://www.statista.com/statistics/934866/football-participation-uk/>
- Liberti, R. (2011). 'The U.S. Women's Soccer Team: An American Success Story'. *The Journal of sport history* (38) 2, p.331-332.
- Lieshout, M. van. (02-09-1996). 'Voetbal versnelt integratieproces in Zuid-Afrika'. *De Volkskrant*, rubriek onbekend, p.11.
- Lisle, B. D. (2012). 'Three Ways of Writing Soccer'. *The Journal of sport history* (39) 1, p.157-161.
- Lisle, B. D. (2014). 'More Than Just a Game. Soccer vs. Apartheid: The Most Important Soccer Story Ever Told by Chuck Korr and Marvin Close'. *The Journal of sport history* (41) 2, p.352-354.
- List, G. van der. (16-02-2013). 'Boekies en stoeptegels; in barre tijden doen uitgevers soms goede zaken met voetballectuur. Voor elk is er wel wat wils. 'Wij hebben Dennis Bergkamp, zij Andy van der Meijde.' 'Elsevier Weekblad, Cultuur, p.60.

- Martens, R. (08-06-2015). 'Wo Gündoğan zu Literatur wird'. *Zeit Online*. Geraadpleegd van <https://www.zeit.de/sport/2015-05/der-toedliche-pass-fussball-zeitschrift/komplettansicht>
- Magazine Media Associatie (MMA). (2019). 'Mercurs'. Geraadpleegd van <http://mercurs.nl/>
- Mulisch, H. (1996). 'Een EK deze zomer? Dat hoor ik nu voor het eerst'. *Elf* 6/7, pagina onbekend.
- Nieuwkerk, M. van, Spaan, H. & Borst, H. (1994-heden) *Hard Gras*. Amsterdam: Ambo|Anthos.
- Nijnatten, C. (5-5-1995). 'Hard Gras blijft prachtig; van Basten wordt bezoedeld'. *De Stem*, Cultuur, p.2.
- Ortiz-Ospina, E. (18-09-2019). 'The rise of social media'. *Our world in data*. Geraadpleegd van <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>
- Pawlik, V. (2019). 'Umfrage in Deutschland zu den beliebtesten Sportarten bis 2019'. Geraadpleegd van <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/171072/umfrage/sportarten-fuer-die-besonderes-interesse-besteht/>
- Phipps, G. (2010). 'Hegemonic Masculine Narratives and Football Injuries in Three American Novels'. *Aethlon: The journal of sport literature* 28 (1), pagina onbekend.
- Pulles, I. & Breedveld, K. (2015) 'Sport is nog steeds vooral voor de elite'. Geraadpleegd van <https://www.socialevraagstukken.nl/sport-is-nog-steeds-vooral-voor-de-elite/>
- Redactie (1997). 'Een paar woorden ter introductie van ts'. *Tijdschrift voor tijdschriftstudies*, 1, p.2-3.
- Redactie (1997). 'Tijdschriften in debat'. *Tijdschrift voor tijdschriftstudies*, 2, p.1.
- Redactie (2006). 'Inleiding'. *Tijdschrift voor tijdschriftstudies*, 20, p.4.
- Rek, W. de. (18-06-2016). 'Vooroordeel 3: Als mannen toch lezen dan het liefst een sportboek'. *De Volkskrant*, Sir Edmund, p.16-17.
- Ronay, B. (27-04-2011). '“When Saturday Comes” – eyes and ears of football, and voice of the fans'. *The Guardian online*. Geraadpleegd van <https://www.theguardian.com/football/blog/2011/apr/27/when-saturday-comes-25-years>
- Ronay, B. (16-11-2019). '“When Saturday Comes” in peril should bother everyone who cares about football; The only independent national football magazine to make it through the game’s boom times is now in need of a lifeboat'. *The Guardian*, Football, pagina onbekend.

- RTL Late Night (26-02-2015). 'Hard Gras 20 jaar'. Geraadpleegd van <https://www.gemistvoornmt.nl/aflevering/700578-rtl-late-night-nummers-vol-passie-voor-voetbal>
- Smets, E. (13-05-2011). 'Een inkijkje in de ziel van het voetbal'. *Dagblad van het Noorden*, Radio en Televisie, p.42
- Szymanski, S. (jaartal onbekend). 'Biography'. Geraadpleegd van <https://www.soccerconference.org/personnel/stefan-szymanski/>
- School, J. (13-10-2015). 'Uit liefde voor de bal'. In *Het Parool*, rubriek en pagina onbekend.
- Temme, B. (2009) 'De wijde wereld in. Waarom Nederlandse literaire tijdschriften digitaal moeten gaan'. *Deus ex Machine* 130 (33), pagina onbekend.
- The journal of sport history. (jaartal onbekend). 'Homepage'. Geraadpleegd van <http://www.journalofsporthistory.org/>
- The sport literature association. (jaartal onbekend). 'Journal: Aethlon'. Geraadpleegd van <http://www.uta.edu/english/sla/>
- Total Football Festival (2020). 'Over TFF'. Geraadpleegd van <http://totalfootballfestival.com/>
- Veer, N. van der, Sival R. & Meer, I. van der. (24-01-2016). *Nationale Social Media Onderzoek 2016. Het grootste trendonderzoek van Nederland naar het gebruik en verwachtingen van social media #NSMO*. Onderzoeksbureau Newcom
- Veer, N. van der, Boekee, S. & Hoekstra, H. (26-01-2019). *Nationale Social Media Onderzoek 2019. Het grootste trendonderzoek van Nederland naar het gebruik en verwachtingen van social media #NSMO*. Onderzoeksbureau Newcom
- Velzen, J. van. (16-10-2015). 'Hard Gras gaf voorzet aan de voetballiteratuur'. *Trouw*, Cultuur en Media, p.15.
- Voetbal International. (jaartal onbekend). 'Over VI'. Geraadpleegd van <https://www.vi.nl/over-vi>
- Voetbal International. (27-09-2010). 'Hard Gras voortaan uitgegeven door DeBuitenspelers'. Geraadpleegd van <https://www.vi.nl/nieuws/hard-gras-voortaan-uitgegeven-door-debuitenspelers>
- Voetbal International. (11-02-2011). 'Nieuwe website voor vernieuwd magazine Hard Gras'. Geraadpleegd van <https://www.vi.nl/nieuws/nieuwe-website-voor-vernieuwd-magazine-hard-gras>
- Voetbal International. (23-02-2011). 'Valdano in Hard gras: 'Leo mijn grote leermeester''. Geraadpleegd van <https://www.vi.nl/nieuws/valdano-in-hard-gras-leo-mijn-grote-leermeester>

- Watter, U. (31-03-2011). 'Die Quadratur des Fussballs; Markenzeichen des Magazins "Der tödliche Pass" sind gepflegte Worte, Exklusivität der Themen und Liebe zum Sport'. *Süddeutsche Zeitung*, Kultur; Bayern Region; München City, p.41.
- Wayback Machine (jaartal onbekend). 'Hard Gras'. Geraadpleegd van https://web.archive.org/web/2020*/http://hardgras.nl/
- White, J. (15-08-1995). 'Leery, laddish and loud – wont'the fans just love 'em?; Launching a soccer magazine is a whole new ball game, as Jim White discovers'. *The Independent*, Media, p.17.
- Witte, D. de. & Eynde, E. vanden. (1968). *Sport in de literatuur*. Brussel: Manteau.
- WSC. When Saturday Comes (jaartal onbekend). 'About WSC'. Geraadpleegd van <https://www.wsc.co.uk/about-wsc>
- Zeigler, C. (10-11-2011). 'David Testo, American pro soccer player, comes out as gay, regrets not doing it earlier'. Geraadpleegd van <https://www.outsports.com/2011/11/10/4052102/david-testo-american-pro-soccer-player-comes-out-as-gay-regrets-not>
- Zoggel, M. van. (2009). '“Revisor? Maatstaf? Spelen die ook mee dan?” De positioneringstrategieën van Hard gras'. *Tijdschrift voor tijdschriftstudies*, 25, p.37-56.

11. Bijlagen

Bijlage 1: mailcorrespondentie Ambo|Anthos

Scriptie over Hard Gras - Google Chrome

mail.ru.nl/owa/#viewmodel=ReadMessageItem&ItemID=AAMkAGI1NjBiOTQ3LTM5NjktNDJjNC05ZGM4LWM5ODZhMTgyYzczMQBGAAAAAHCqC6UgYgQL%2Bv%2BtUrzU2HBwAtFsHtZuu%2FTb3...

Aan: info@amboanthos.nl;

U hebt dit bericht doorgestuurd op 21-3-2020 09:50.

Beste heer/mevrouw

Ik volg de master Letterkunde, specialisatie Literair Bedrijf, aan de Radboud Universiteit in Nijmegen. Voor mijn afstudeerscriptie doe ik onderzoek naar het literaire voetbaltdschrift *Hard Gras*. Ik vind het namelijk erg opvallend dat dit tijdschrift zo populair is in een tijd waar tijdschriften het over het algemeen vrij zwaar hebben.

Mijn onderzoeksvraag is 'Hoe kan het succes van het literaire tijdschrift *Hard Gras* verklaard worden binnen het hedendaagse literaire veld?'. Inmiddels ben ik al een heel eind gevorderd met mijn scriptie en mis ik eigenlijk nog één onderdeel. Dat is het financiële plaatje. Om antwoord te vinden op de onderzoeksvraag heb ik onder andere het tijdschrift vergeleken met *When Saturday Comes* in Engeland en *Der Tödliche Pass* in Duitsland, ik heb naar alle medewerkers en hun rol binnen het literaire veld gekeken en ik heb andere media (tv, theater, Facebook, Insta) onderzocht.

In de uitzending bij RTL Late Night heb ik Henk Spaan horen zeggen dat er maar maximaal één advertentie in een nummer zit en dat ze nooit echt problemen hebben gehad financieel gezien. De grootste inkomstenbron is dan waarschijnlijk het inkomstengeld. Ik weet dat er soms budget komt vanuit bijvoorbeeld het Fonds voor Journalistieke Projecten, maar ik kan me voorstellen dat er ook op andere manieren nog inkomsten verkregen worden.

Wat betreft de kosten zijn er natuurlijk elk nummer weer druk- en verzendkosten. Ook moeten eventuele reises, etentjes en andere zaken (deels) betaald worden om schrijvers de kans te geven een artikel te schrijven. Zeker als het gaat om een evenement in het buitenland zoals een EK of WK. Dit lijkt me daarom best een grote kostenpost.

Ik kon niks vinden over het huidige aantal abonnees of de huidige oplage. Het laatste cijfer dat ik kon vinden is dat er zo'n 3300 abonnees waren toen de redactie overstapte naar uitgeverij De Buitenspelers en dat het (mede) dankzij deze overstap gegroeid is.

Mijn concrete vraag aan jullie is: is het mogelijk dat ik meer inzicht krijg in de financiële gegevens en/of werkwijze van het tijdschrift? Het zou mij enorm helpen om een zo compleet mogelijk overzicht over de geschiedenis en populariteit van *Hard Gras* te schrijven waardoor de hoofdvraag goed beantwoord kan worden.

Ik hoor het graag.
Alvast hartelijk dank!

Met vriendelijke groet,
Kim van Veggel

FW: Scriptie over Hard Gras - Google Chrome

mail.ru.nl/owa/#viewmodel=ReadMessageItem&ItemID=AAMkAGI1NjBiOTQ3LTM5NjktNDJjNC05ZGM4LWM5ODZhMTgyYzczMQBGAAAAAHCqC6UgYgQL%2Bv%2BtUrzU2HBwAtFsHtZuu%2FTb3...

FW: Scriptie over Hard Gras



Bruin, Erik de <edebuin@amboanthos.nl>
di 24-3-2020 14:33

VERWIJDEREN

BEANTWOORDEN

ALLEN BEANTWOORDEN

DOORSTUREN

...

Markeren als ongelezen

Aan: Veggel, K.C.A. van (Kim);

U hebt geantwoord op 24-3-2020 17:10.

Beste Kim,

Dank je voor je mailtje, leuk scriptie-onderwerp! Ik kan je helaas geen cijfers geven. We hebben als uitgever geen winsttoogmerk met *Hard Gras*, het continueren van een literair tijdschrift is in deze tijden een kunst op zich, maar de cijfers zijn elk jaar weer zwart. De groep lezers van *Hard Gras* is bovendien behoorlijk steady. De meeste kosten kunnen door de abonnementsgelden worden gedekt, zo af en toe ontvangt een auteur inderdaad een werkbeurs van een Fonds waardoor projecten die anders moeilijk te bekostigen zijn alsnog doorgang kunnen vinden.

Ik hoop dat ik je hiermee iets verder heb kunnen helpen met je scriptie.

Met groet, en succes!
Erik de Bruin, redacteur Ambo|Anthos