

POËZIE OP POSTERS EN KUSSENSLOPEN.
OVER DE GESCHIEDENIS, DOELEN, SELECTIE EN RECEPTIE
VAN STICHTING PLINT

Kila VAN DER STARRE

Abstract – Plint is the biggest publisher of Dutch poetry on objects. Since 1979 it has aimed at integrating poetry in the daily lives of people who normally do not interact with poetry, by selling poems on posters, pillowcases, aprons, bags, tablecloths, crockery and more. This article explores Plint's products and audience from a historical-institutional, an empirical and a sociological perspective. The results of a questionnaire held among Plint-devotees are analysed. This article argues that Plint is wrongfully neglected in the historical and institutional view on Dutch literature. For many people poetry objects are not a peripheral phenomenon besides poetry books, but the central point of access to poetry.

Opgroeien met Plintposters

In februari 2008 citeerde Marjolijn Februari het gedicht 'De pinguïn en de papegaai' van Erik van Os integraal in *de Volkskrant*. De inbreuk op het auteursrecht van Van Os was te verantwoorden, schreef Februari, omdat het gedicht eigenlijk van iedereen is:

[S]inds Stichting Plint het gedicht op een donkerblauw kussen heeft afgedrukt, is het onderdeel van onze nationale slaap geworden, de collectieve slaap van kleuters, nieuwkomers, migranten, onderwijzers, studenten en columnisten die hun tekst kwijt zijn (Februari 2008, 3).

In juni 2007 vroeg Ron Rijghard zich in *NRC* af waar de Nederlandse poëzie voor 'dagelijks gebruik' was, de poëzie 'die kan inspireren en verlichten' (Rijghard 2007). '[O]p servetten, beddengoed, posters, deuren en glazen, [...] in de catalogus van Plint', antwoordde Ingmar Heytze een week later in dezelfde krant (Heytze 2007). In september 2009 schreef Erik Jan Harmens in *Trouw* dat de gedichten 'Immortelle XLIX' van Piet Paaltjens, 'De nachtegalen' van J.C. Bloem en 'De deur' van Gerrit Krol gedurende zijn jeugd op zijn kamer hingen. 'De drie hebben aan de basis gestaan van mijn liefde

* De auteur is als PhD-onderzoeker verbonden aan de afdeling Moderne Nederlandse Letterkunde van de Universiteit Utrecht (adres: Trans 10, 3512 JK Utrecht; e-mailadres: k.a.vanderstarre@uu.nl).

voor poëzie', bekende hij. Vooral Krol had grote indruk gemaakt: 'Avonden lang staarde ik naar de Plint-poster met dat lastig doordringbare gedicht erop' (Harmens 2009, 86).

Februari, Heytze en Harmens zijn drie voorbeelden van Nederlandse auteurs die waarde toekennen aan de poëzieobjecten van Stichting Plint. Waarde voor de Nederlandse samenleving en de Nederlandse poëzie in het algemeen, of voor hun eigen dichterschap in het bijzonder. Plint, opgericht in 1979, is de grootste uitgever van Nederlandstalige poëzie op posters en gebruiksvoorwerpen [afb. 1]. Tijdens het vijfendertigjarig jubileum van de stichting waren er reeds 840.000 poëzieposters verkocht met 420 verschillende gedichten (Van der Land 2015). Als de organisatie de regelmaat aanhoudt van twaalf nieuwe posters per jaar in een oplage van 2.000 per poster, betekent dit dus dat Plint in 2021 meer dan één miljoen poëzieposters zal hebben verspreid. Naast posters produceert Plint poëziekaarten en gedichten op raamstickers, kussenslopen, keukenschorten, boodschappentassen, waterflesjes, tafelkleden, armbanden, servies en veel meer gebruiksvoorwerpen. Plint is een fenomeen. Maar wat voor fenomeen precies?

Aan het begin van de eenentwintigste eeuw wordt poëzie vooral buiten het boek ervaren: bijvoorbeeld tijdens speciale gelegenheden, in de openbare ruimte, online en via de televisie en radio (Van der Starre 2017). Een gemiddeld poëziepodium trekt per jaar meer bezoekers dan een gemiddelde poëziebundel per jaar verkoopt (Van der Starre 2014) en meer mensen lezen gedichten op het internet dan in boeken (Witte & Scholtz 2015, 17). De verkoop van poëzieboeken kent een piek tijdens de Poëzieweek, dan worden er in Nederland ongeveer 50% en in Vlaanderen meer dan 100% meer poëziebundels verkocht dan in een gemiddelde week, maar zelfs met die extra aandacht voor het genre gaat de verkoop van bundels achteruit. Boek.be berekende dat de omzet van de poëzieverkoop sinds 2007 meer dan gehalveerd is en dat van een gemiddelde bundel in de top honderd best verkochte poëziebundels in Vlaanderen slechts tweehonderd exemplaren per jaar worden verkocht (*Knack* 2013).

Een vorm van poëzie die een groter bereik kent dan poëziebundels, zonder oraal of digitaal te zijn, is poëzie op objecten. Er worden door verscheidene organisaties poëzieobjecten gemaakt en verspreid, met Plint als koploper. De stichting is niet alleen de grootste en bekendste uitgever van Nederlandstalige poëzievoorwerpen, met een hogere oplage dan bijvoorbeeld de Poëziepleinposters van Stichting Sage en de abriposters van Stichting Halteproza, maar ook de meest zelfstandige. Afgezien van twee subsidies van het ministerie van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur in de jaren tachtig en één subsidie van het Prins Bernhard Cultuurfonds, functioneert Plint al bijna veertig jaar zonder financiële ondersteuning van de overheid of van fondsen.



Afbeelding 1

Plintposter uit 2004 met een gedicht van K. Schippers en een beeld van Marlene Dumas.
Foto © Plint.

In tegenstelling tot bijvoorbeeld de poëziebroodzakken van Tom Lanoye en Stijn Vranken of de fietszadelhoesjes van het Utrechts Stadsdichtersgilde is Plint bovendien niet verbonden aan een stadsdichterschap, anders dan de non-book poëzieuitgaven van Gedichtendag en de Poëzieweek zijn de poëzievoorwerpen van Plint niet gekoppeld aan één moment in het jaar en ten slotte verschillen de poëzievoorwerpen van Plint bijvoorbeeld van poëzie op bierviltjes (Gulpen, Hertog Jan, Hoegaarden) en gedichten op shagpakjes (Drum) omdat ze geen deel uitmaken van een reclame- of marketingstrategie van een commercieel merk.

Opzet

Om het fenomeen ‘Plint’ voor het eerst in een academische publicatie in kaart te brengen zal ik de organisatie vanuit drie perspectieven belichten.¹

¹ Interpretatieve analyses van de poëzie(voorwerpen) en de relatie tussen tekst en beeld bij Plintproducten vallen buiten het bestek van deze bijdrage.

Teneinde de organisatie historisch en institutioneel te positioneren in het literaire landschap bestudeer ik hoe de organisatie is ontstaan, hoe de stichting zich heeft ontwikkeld, welke doelen de organisatie nastreeft en welke gedichten en dichters sinds eind jaren zeventig zijn geselecteerd voor de Plintproducten. Ook reflecteer ik op de receptie van de poëzievoorwerpen van Plint door een overzicht te geven van de punten van kritiek en uitingen van lof in kranten en tijdschriften sinds de oprichting. Daarnaast presenteer ik de resultaten van een enquête die ik in samenwerking met Plint heb verspreid.² De vragenlijst³ – te vinden in bijlage 1 – is mei 2016 online geplaatst en werd door Plint via een mail onder de aandacht gebracht van haar 20.000 nieuwsbriefabonnees. In totaal vulden 1571 respondenten de enquête in.⁴ Om Plint in een literatuur-sociologisch kader te plaatsen ga ik in op waarom mensen producten van Plint aanschaffen en waarom mensen Plintvoorwerpen waarderen.

Deze drie perspectieven worden in wat volgt, niet achtereen maar in elkaar geweven gebruikt om Stichting Plint in kaart te brengen. Na het schetsen van een literatuurhistorisch kader waarin Plint werd opgericht, bespreek ik de doelen van de organisatie. Vervolgens vergelijk ik de receptie in kranten en tijdschriften met de resultaten van de enquête. Daarna reflecteer ik op de positie van Plint in het literaire veld en de relatie tussen de organisatie en verschillende soorten kapitaal.

Revolver, Barbarber, nieuw-realisten en Zestigers

Dat poëzie op objecten geen nieuw verschijnsel is, bewijst dit transhistorisch *Spiegel der Letteren*-themanummer. De jaren zestig en zeventig van de twintigste eeuw kunnen echter gezien worden als een bloeiperiode van Nederlandstalige poëzievoorwerpen; niet voor niets laten Hugo Brems en

² Graag wil ik Plint hartelijk bedanken voor hun medewerking aan dit onderzoek.

³ De enquête bestond uit 46 vragen, waarvan 16 open vragen, 15 meerkeuzevragen, 6 ja/nee-vragen en 9 schaalvragen. Van de vragen waren er 33 verplicht. De vragen waren gericht op persoonlijke gegevens, leesgedrag, mening over Plintproducten, waardering voor Plintproducten, het belang van verschillende aspecten van Plintproducten en meningen over poëzie.

⁴ In de mail werd aangekondigd dat respondenten kans maakten op een set poëziebekers van Plint. Via sociale media en op www.plint.nl heeft Plint ook enkele keren opgeroepen tot het invullen van de enquête. De enquête is niet specifiek verspreid onder scholen met een Plintabonnement. Dit betekent dat de enquêteresultaten voornamelijk informatie verschaffen over volwassenen en niet over scholieren (13 van de 1571 respondenten was 18 jaar of jonger en de jongste respondent was 15 jaar).

Erik Dams het enige bestaande overzicht van dit soort uitgaven, *Non-book poëzie* (1987), in het jaar 1960 beginnen. In die periode kreeg de moderne traditie van poëzieobjecten vorm, waar Stichting Plint zich vanaf 1979 bij zou aansluiten.

Het Vlaamse literaire tijdschrift *Revolver* speelde een hoofdrol in de bloei-periode van de Nederlandstalige poëzieobjecten. Gerd Segers, die in 1968 het tijdschrift oprichtte, werd beïnvloed door de eerste poëziemarkt in Wetteren die datzelfde jaar georganiseerd werd door Leo Drieghe en Roland Jooris. Democratisering van de poëzie stond centraal: de deelnemers aan de markt wilden poëzie ‘dichter bij het publiek brengen’ en ‘kunst uit haar tempel halen en tussen de mensen brengen’ (Brems & Dams 1987, 9-10). Er werd poëzie verkocht op zakdoeken, bierviltjes, lollies, servetten, puzzels, ballonnen en meer. In 1970 stelde Segers in het eerste nummer van de derde jaargang van *Revolver* (in de vorm van 17 kaarten) dat hij geloofde ‘dat het verspreiden van gedichten in boekvorm zo stilaan tot de folklore is gaan behoren’ (Segers 1970, kaart 11). Volgens Segers had de ‘nieuw-realistische dichter’ andere vormen en middelen gevonden om ‘poëzieverbruikers’ te bereiken: aan de ene kant tijdens ‘readings’, aan de andere kant door het publiceren van poëzie op ‘affiches, behangpapier, puzzels, bierviltjes, kalenders, verpakkingen etc.’. Dit maakte de poëzie volgens hem sociaal gericht, communicatief en niet hoger of beter dan alle andere dingen die het publiek interesseerden. ‘Een poëzie die niet meer in de literatuur thuis hoort, maar in het gewone leven met beide voeten op de grond’ (Segers geciteerd in Brems & Dams 1987, 7). Vanaf dat nummer verscheen *Revolver* niet meer in boek- of tijdschriftvorm, maar in de vorm van onder andere posters, losse kaarten, poëzie-obligaties, landkaarten, zeefdrukken, litho’s, kranten en kalenders.

Deze manier van het verspreiden van poëzie had alles te maken met de poëtica van de Vlaamse nieuw-realisten rond *Revolver* en de Nederlandse Zestigters rond *Barbarber*, een tijdschrift dat in 1958 was opgericht door J. Bernlef, K. Schippers en G. Brands en in 1968 eenmalig was verschenen als een bundeling poëzie en behangpapier (nummer 59). Gerd Segers, Roland Jooris, Herman De Conick, Patricia Lasoen, K. Schippers, J. Bernlef en G. Brands schreven en presenteerden poëzie, in de woorden van Bernlef, als een ‘ding onder dingen, een verbruiksartikel, een ogenblik in de gebeurtenissen van de dag’ (Bernlef 1970, 29). Deze dichters, vaak annex reclameschrijvers en journalisten, gebruikten in de woorden van de aan *Revolver* verbonden schilder en dichter Jan Vanriet ‘de middelen typisch voor een consumptie-maatschappij’ (Brems & Dams 1987, 10) om poëzie te maken: niet alleen met alledaagse taal en over alledaagse onderwerpen, maar ook op alledaagse voorwerpen.

Segers hield uiteindelijk in 1975 weer op met het uitgeven van *Revolver* in non-book vorm.⁵ Naast financiële redenen en het idee dat het ‘nieuwe’ eraf was, was de grootste reden voor het terugkeren naar de boekvorm dat het doel om een breder publiek te bereiken via de non-bookedities weinig resultaat had opgeleverd. De lezers waren ‘niet het beoogde grote publiek, maar weer het traditionele poëziepubliek’ (Brems & Dams 1987, 11). Vier jaar later, in 1979, zouden twee middelbare schooldocenten in Nederland het toch nog eens proberen: via poëzievoorwerpen het bereiken van ‘het grote publiek’ dat niet ‘het traditionele poëziepubliek’ was.

Ontstaansgeschiedenis

De ontstaansgeschiedenis van Plint begint in 1979, toen twee leraren van het Bisschop Bekkerscollege in Eindhoven budget zochten voor het maken van theatervoorstellingen. Docent Nederlands Frank Eerhart en tekenleraar Rob Vermeer besloten poëzieposters te maken en te verkopen. Om de productiekosten te drukken kozen ze gedichten waarvan de auteursrechten waren vervallen (onder andere ‘Aan Rika’ van Piet Paaltjens, ‘Adieu’ van Martinus Nijhoff en ‘Ghequetst ben ic van binnen’ van een anonieme auteur uit de veertiende eeuw) en lieten ze de teksten zonder afbeelding drukken op A2-posters. Ze stuurden de posters naar andere docenten in Nederland en binnen korte tijd hadden meer dan zeshonderd middelbare scholen de posters gekocht. Een jaar later verkochten ze een poëzieposter-serie aan duizend basisscholen in heel het land (Van de Ven 1995, 21). Al snel startten de twee docenten een abonnementensysteem dat vandaag de dag nog steeds bestaat, waarbij scholen voor een vast bedrag eens per jaar een reeks van zes nieuwe posters ontvangen, samen met lespakketten waarmee docenten met de gedichten aan de slag kunnen in de klas. Per jaar brengt Plint twee series uit: een A-reeks voor kinderen van 7 tot en met 14 jaar en een B-reeks voor 15 jaar en ouder.

Vanaf het tweede jaar werden op de posters poëzie en beeldende kunst gecombineerd. Eerst maakte Vermeer de beelden, daarna deden bevriende kunstenaars dat en ten slotte werd er een beroep gedaan op een groot netwerk aan beeldende kunstenaars, onder wie Raoul de Keyser, Luc Tuymans, Marlene Dumas, Berend Strik, Dick Bruna, Roger Raveel, Klaas Gubbels en Mark Brusse. Plint ziet tekst en beeld als ‘twee gelijkwaardige grootheden’, maar wil niet dat het beeld simpelweg de tekst vertolkt. Dat was ook

⁵ *Revolver* bleef tot 2009 nog wel bestaan in boekvorm.



PLINT
POËZIE EN BEELDDE KUNST

Afbeelding 2

Plintkussensloop met een gedicht van Hans Andreus, te koop in 2017. Foto © Plint

de reden dat Eerhart in de jaren negentig samenwerkingen met illustratoren (die volgens hem vaak geneigd zijn om het gedicht letterlijk weer te geven) stopzette en enkel nog met “autonoom werkende” beeldende kunstenaars’ in zee ging (Dirksen 1996, 30). Daarnaast hanteert Plint de vuistregel dat tekst en beeld door twee verschillende mensen worden aangeleverd. Al worden er ook uitzonderingen gemaakt, zoals voor ‘dubbeltalenten’ Lucebert en Willem Hussem: ‘Lucebert vond drukletters niks en wilde per se zijn eigen handschrift gebruiken. Dat is op afstand minder goed te lezen, maar dat was voor een keer geen probleem’ (Rijghard 2004). Ook van Paul van Ostaijen en Rutger Kopland zijn gedichten opgenomen in hun handschrift.

Gedurende de jaren tachtig en negentig beperkte Plint zich tot het uitgeven van gedichten op papieren non-book dragers (posters en kaarten), met enkel in 1981 een korte uitstap naar een andere vorm (poëziebuttons).⁶ In 1998 bracht de stichting de eerste kussenslopen met poëzie op de markt (‘Ik noem je bloemen’ van Jan Hanlo en ‘Heel dichtbij’ van Hans en Monique Hagen; vergelijk [afb. 2]) en in 2000 volgden raamgedichten en

⁶ In 1996 richtte Plint daarnaast het tijdschrift *DADA* op, een ‘kunsttijdschrift voor kinderen van 6 tot 106’.



Afbeelding 3

Een borrelplankje met het gedicht 'Zo overzichtelijk' van Maria Barnas, te koop in 2017: 'Hij schenkt witte wolken in mijn glas / blauwe lucht. Ijsblokjes rinkelen in het landschap / en de dag is een tafel voor twee'. Foto © Plint

keukenschorten. In de jaren daarna werd de collectie bijna ieder jaar uitgebreid met nieuwe poëzievoorwerpen: verjaardagskalenders in 2003, notitieblokken, memoblokken, zakdoeken ('snikgedichten'), gedichtentape en gedichtenrassen in 2004, de Plintagenda, tafelkleden, spiegelstickers, briefpapier en toverkraskaarten in 2005, poëzietatoeages en visitekaartjes in 2006, cadeau-papier, winkelwagenmuntjes, wijnglasstickers, wijnetiketten en servetten in 2007, muismatten en potloden in 2008, kerstkaarten en kerstballen in 2009, waterflessen en placemats in 2011, kofferlabels in 2012, servies, pennen, brillendoekjes en een Plintapp voor smartphones in 2013, ontbijtplankjes, armbanden, badlakens en paspoorthoesjes in 2014, muurstickers en borrelplankjes (vergelijk [afb. 3]) in 2015 en notitieschriften in 2016.

De groei van het aanbod van poëzievoorwerpen viel rond de eeuwwisseling en ging gepaard met een stijging van het aantal verkooppunten van Plint (van 76 winkels in 1998 naar 150 winkels in 2003)⁷ en een groeiende aandacht voor poëzie buiten het boek op nationaal niveau; tussen 2000 en 2002 werden de eerste Gedichtendag, de eerste Dichters des Vaderlands, de eerste golf stads- en huisdichters en het eerste Nederlands Kampioenschap Poetry Slam geïnitieerd.

⁷ Ondertussen zijn er meer dan tweehonderd verkooppunten.

Doelstelling

De ‘ideologie’ of ‘filosofie’ van Plint, zoals Eerhart in verschillende interviews de doelstelling van de organisatie noemt, bestaat uit de wens om poëzie en beeldende kunst aan te reiken aan mensen die daar niet vanzelfsprekend mee in aanraking komen. In een vroeg stadium besloten de twee docenten dat elke druk eenmalig zou zijn (Dirksen 1996, 28). Losse verkoop aan particulieren via boekhandels, kunstgalleries, bibliotheken, De Bijenkorf en Vroom & Dreesman begon enkele jaren later, al was er aanvankelijk onder boekhandelaren ‘een lichte huiver om iets te verkopen dat met boeken niks te maken had’ (Salemans 2010). Toen Plint een webshop opende, verspreidde de verkoop zich buiten de grenzen van de Lage Landen en werden poëzieposters en -voorwerpen gevlogen naar onder andere Australië en Curaçao (Salemans 2010).

In 1985 ontving Plint subsidie van het ministerie van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur, waardoor er niet meer vanuit het schoolgebouw gewerkt hoefde te worden en de posters in kleur gedrukt konden worden (Rijghard 2004). In 1989 gaf Eerhart zijn baan als leraar Nederlands op om fulltime voor Plint te gaan werken (Van de Ven 1995, 21), maar de organisatie bleef idealistisch: ‘We hebben dan ook alleen de kostprijs berekend. Als ik ook geld zou vragen voor de tijd die we erin steken, zouden de posters onbetaalbaar worden. We zijn eigenlijk een stel achterlijke, idealistische idioten’ (Frusch 1989).

Dat idealisme bestaat uit verschillende overtuigingen: dat meer mensen in aanraking zouden moeten komen met poëzie, dat iedereen poëzie kan waarderen, dat je daarvoor niet gestudeerd hoeft te hebben en dat in het onderwijs poëzie vaak wordt ‘kapotgemaakt’ (Van Dijk 2004). Het lezen van poëzie zou volgens Eerhart niet moeten gaan om analytische vragen met een nadruk op de vorm, maar om ‘associëren, de ruimte ervaren van frisse metaforen’ (Dirksen 1996, 30), met het uiteindelijke doel om mensen nieuwsgierig te maken naar nog meer poëzie. Dat is ook het idee achter de naam van de stichting, waarin de link met het theater is opgenomen: een ‘plint’ als opstap naar het podium. ‘En dat is precies wat we proberen te zijn’, staat te lezen op de website van Plint, ‘Een opstapje. Een eerste kennismaking. En natuurlijk hopen we dat je de hele bundel van de dichter gaat lezen’ (Plint 2017). In 2000 zei Mia Goes, die dat jaar Eerhart verving als Plintdirecteur, dat ze ervan overtuigd is dat de producten het lezen van poëzie bevorderen: ‘We worden regelmatig gebeld door mensen die willen weten uit welke bundel een gedicht komt. Als je een gedicht

ziet dat je aanspreekt, ga je op zoek naar meer.’ (Arensman & Somers 2000, 4).⁸

Het bildungsideaal van Plint is te verbinden aan de onderwijsachtergrond van de oprichters. Eerhart zei in 1996 nog steeds een leraar in hart en nieren te zijn: ‘Ik heb alleen mijn werkterrein vergroot, van een klaslokaal tot het hele land’ (Dirksen 1996, 29). Daarnaast relateert het bildungsideaal aan het eeuwenoude idee dat literatuur de lezer een beter mens maakt, maar ook aan het idealisme waarmee poëzie buiten het boek vaker gepaard gaat. Gemeentes verantwoorden het financieren van poëzie in de openbare ruimte bijvoorbeeld geregeld vanuit het idee dat de aanwezigheid van de gedichten de omgeving en de mensen zullen verheffen of verbeteren: Kortrijk liet gedichten op vuilniszakken verspreiden om ‘de verzuring in de stad tegen [te] gaan’ (Vancraeynest 2002), in Rotterdam houden Poetry International en de gemeente ‘de mensen wakker’ door op de zijkant van vuilniswagens ‘het slijk der aarde met de mooiste poëzie’ te combineren (Coerwinkel & Ketting 2013, 5) en in Utrecht is een vijftig meter hoog appartementen-complex bedekt met 13.000 keramieken poëzietegels om ‘de gemeenschapszin in de wijk [te] stimuleren’ (Mei architects z.j.).

Om een zo groot mogelijk effect teweeg te brengen streeft Plint naar een zo groot mogelijk bereik; zoals gezegd zullen er in 2021 meer dan één miljoen Plintposters verspreid zijn (nog los van de vele andere poëzieobjecten), waardoor de organisatie volgens sommigen ‘misschien wel de belangrijkste ambassadeur van de poëzie in Nederland’ is (Van de Ven 1995, 21). Ook is de stichting meerdere keren samenwerkingen aangegaan om het bereik van haar poëzieproducten te vergroten. Gedurende het Nederlandse voorzitterschap van de Europese Unie in 2004 koos Plint bijvoorbeeld in opdracht van Buitenlandse Zaken enkele gedichten uit die in het Europees Parlement opgehangen werden: twee doeken van drie bij vier meter met een gedicht van Cees Nooteboom geflankeerd door een tekening van Henk Visch en een gedicht van Willem Hussem gecombineerd met een beeld van Kees de Goede (Van Dommelen 2004). Tijdens de opening van de eerste vergadering die Nederland voorzat, las koningin Beatrix de dichtregels van Hussem voor: ‘al dat hout bij de haard voor een vuur / warmte vergt jaren groei’.

De idealistische en democratiserende doelstelling van Plint kan samengevat worden als het op een toegankelijke manier aanbieden van poëzie aan een zo groot mogelijke groep mensen. Een laatste voorbeeld waaruit deze

⁸ Gezien het feit dat Plint leesbevordering als één van de doelen van de stichting ziet, is het opvallend dat de titels van de bundels waaruit de gedichten afkomstig zijn, niet worden vermeld op Plintproducten.

doelstelling blijkt, is het project dat Plint samen met de Nederlandse Spoorwegen uitvoerde in 1987; op vijfhonderd stations in Nederland werden poëzieposters ophangen, met financiële ondersteuning van het ministerie van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur en de Rijksdienst voor Beeldende Kunst (NRC 1986). Onderzoek wees toen uit dat dagelijks ongeveer twee miljoen treinreizigers langs de posters liepen, dat ongeveer een kwart daarvan de posters opmerkte en dat 'het Nederlands publiek uiterst welwillend [stond] tegenover het initiatief' (Boorsma 1987). Plint en NS beschouwden het project als succesvol, maar hadden enkele zaken niet voorzien. Ten eerste werden beide organisaties meerdere keren gebeld met de vraag of de posters te koop waren, in welke bundel de gedichten voorkwamen, of de tekst bij een begrafenis gebruikt mocht worden. Ten tweede ondervond NS de gevolgen van de populariteit van de posters toen bleek dat het 'geen ongebruikelijk verschijnsel' was dat mensen deabri's opschroefden en de posters mee naar huis namen. 'Daar zijn ze natuurlijk niet voor bedoeld', reageerde Frank Eerhart destijds, 'maar het is toch wel leuk als je iets maakt dat kennelijk hebzucht opwekt bij de mensen. Het blijkt dat het project erg aanslaat' (Boorsma 1987).

Selectie

Naast grootschalige projecten maakt Plint volgens de huidige directeur Mia Goes de 'opstap' naar poëzie op zowel financieel als inhoudelijk vlak zo aantrekkelijk mogelijk:

We willen op een laagdrempelige manier zo veel mogelijk mensen in aanraking laten komen met poëzie en beeldende kunst. [...] Om die reden proberen we onze producten betaalbaar te houden. Ook kiezen we in de collectie bewust voor een mix van toegankelijke en ingewikkelder gedichten. Om te laten zien dat poëzie niet per definitie moeilijk of hoogdravend is, maar ook grappig kan zijn of verrijkend (Van Zuthem 2009).

Die 'mix van toegankelijke en ingewikkelder gedichten' bestaat bijvoorbeeld uit posterreeksen met zowel gedichten van Judith Herzberg, Rutger Kopland en Lévi Weemoedt, als van Lucebert, Armand van Assche, Jan Hanlo en Mark Insingel. Ook qua canoniciteit, bekendheid, leeftijd en stijl maakt Plint een mix; van J.C. Bloem tot Burny Bos, van Vasalis tot Ted van Lieshout, van Els Pelgrom tot Hugo Claus. Een overzicht van alle dichters en gedichten die ooit op een Plintposter zijn verschenen, geeft een beeld van de keuzes die Plint maakt: van Paul Snoek tot Neeltje Maria Min,

van Jules Deelder tot Paul van Ostaijen, van Annie M.G. Schmidt tot Jotie 't Hooft.⁹

Een ontwikkeling die aangewezen kan worden in de gedichtenselectie is die van een voorkeur voor overleden dichters naar een voorkeur voor levende dichters. In de jaren tachtig werden er bijvoorbeeld meer gedichten van overleden dichters opgenomen, canonieke schoolvoorbeelden van Du Perron, Nijhoff, Van Ostaijen, Marsman, Van Eeden, Leopold en Gorter, dan gedichten van dichters uit de nu bekende jaren-tachtig-stromingen; geen enkele dichter uit de groepering de Nieuwe Wilden is in de catalogus te vinden en van de Maximalen enkel Tom Lanoye en Joost Zwagerman. In de jaren negentig werd er poëzie gekozen van relatief meer levende dichters, zoals Herman De Coninck, Cees Nooteboom, Bernlef, Ida Gerhardt, Joke van Leeuwen, Jean Pierre Rawie, Neeltje Maria Min en Hanny Michaelis. Vanaf net vóór de eeuwwisseling werden ook dichters geselecteerd die bekend staan als 'podiumdichters', zoals Simon Vinkenoog, Ingmar Heytze, Tjitske Jansen, Jules Deelder en Ruben van Gogh. De best vertegenwoordigde groep is De Vijftigers; in totaal zijn 34 gedichten van tien Vijftigers opgenomen op Plintposters. Hans Andreus is koploper met tien gedichten. Hun aanwezigheid is ook opvallend constant: vanaf 1981 (Andreus en Lucebert) tot en met 2012 (Hanlo) zijn hun gedichten voor Plintposters geselecteerd. Van De Tachtigers komen enkel Van Eeden en Gorter voor in de collectie.

Een duidelijke overheersing in de collectie is die van mannelijke dichters. De totale postercollectie bevat 75.9% gedichten geschreven door mannen en 24.1% door vrouwen. Vooral in de B-posterreeks, voor lezers van 15 jaar en ouder, zijn vrouwen in de minderheid (19.6%). Op kaarten, kussenslopen, armbanden, raamposters, keukenschorten, tafelkleden, zakdoeken en fietszadelhoesjes gaf Plint poëzie uit van vrouwelijke dichters die niet zijn opgenomen in de postercollectie.¹⁰ Opvallend is daarnaast dat de Plintcollectie weinig Nederlandstalige dichters met een etnisch diverse achtergrond bevat en dat áls ze voorkomen, ze als onderdeel van één groep worden gepresenteerd; in 1995 werd een posterreeks met gedichten van Nasim Khasar, Duoduo, Vera Illés, Jana Beranová, Ana Sebastián, Cándani en Mustafa Stitou voorgesteld als 'migrantenpoëzie' (Van de Ven 1995, 21). De grootste kritiek uit de literaire sector is dat de 'mix' van poëzie die Plint presenteert geen echte 'mix' is. De kritiek richt zich echter niet op de lage etnische en genderdiversiteit, maar op de voorkeur voor 'toegankelijke' gedichten.

⁹ Een overzicht van alle poëzieposters die zijn uitgegeven door Stichting Plint kan geraadpleegd worden op <http://kilavanderstarre.com/lijst-met-posters-van-plint/>.

¹⁰ Elma van Haren, Jacqueline E. van der Waals, Maud de Vries, Jo Govaerts, Loes Marijnissen, Anneke Buys, Maria Barnas, Marjolein Kool en Vrouwke Tuinman.

Toegankelijkheid

De reacties op Plint uit het literaire landschap zijn divers. Coen Peppelenbos bekritiseerde de organisatie vooral op de vormgeving. Volgens hem is ongeveer de helft van de gedichten op de producten gecentreerd, terwijl het originele gedicht dat niet was, wat hem doet ‘gruwelen’ (Peppelenbos 2012).¹¹ Tom van Deel betreurt dat de poëzieposters van Plint vaak het enige voorbeeld zijn van de combinatie van beeld en gedicht dat scholieren onder ogen krijgen, terwijl de posters geen daadwerkelijke ‘beeldgedichten’ zijn (Van Woerkom 1993). Anderen bekritisieren de monopoliepositie van de stichting op de markt van poëzieobjecten (Mesman 2009).

De grootste kritiek uit het literaire veld richt zich echter op de keuze van gedichten door Plint. Tilly Hermans van uitgeverij Meulenhoff zei bijvoorbeeld in 2000:

Net als bloemlezingen maakt het poëzie toegankelijker, dat wel, maar het blijft natuurlijk gaan om bepaalde gedichten van bepaalde dichters. Over het algemeen geldt: het experiment wordt geschuwd. K. Michel, Peter van Lier, je raakt het moeilijk kwijt, en ook op T-shirts kom je hun gedichten niet tegen’ (Arensman & Somers 2000, 4).

Peter Nijssen van De Arbeiderspers stelde dat poëzie buiten het boek, zoals de poëzievoorwerpen van Plint, ‘niet zoveel met poëzie te maken [heeft], maar eerder met maatschappelijk of educatief werk’ (Arensman & Somers 2000, 4). Willy Tibergien, destijds directeur van Poëziecentrum Gent, geloofde volgens *De Standaard* zelfs dat poëzie buiten het boek, zoals Plintproducten, een negatief effect heeft: ‘Het succes van de gedichten op muren, T-shirts en posters – wat aanvankelijk toch als promotiemateriaal bedoeld was – lijkt ten koste te gaan van de bundels’ (Fierens & De Buysscher 2008).

De kern van de kritiek op Plint is dat enkel een bepaald soort poëzie wordt uitgekozen, te weten ‘toegankelijke gedichten’. Deze kritiek richt zich op wat Dirk van Bastelaere ‘de ideologie van de onmiddellijkheid’ en Ilja Leonard Pfeijffer ‘de mythe van de verstaanbaarheid’ hebben genoemd. De essays van Van Bastelaere en Pfeijffer over deze fenomenen zijn niet op Stichting Plint gericht, maar verwoorden ideeën die de kritiek op Plint kenmerken. Van Bastelaeres ‘ideologie van de onmiddellijkheid’ en Pfeijffers ‘mythe van de verstaanbaarheid’ betreffen het idee dat poëzie onmiddellijk te begrijpen moet zijn, niet complex maar leesbaar en niet moeilijk maar

¹¹ Coen Peppelenbos richtte in 2012 ‘De Bond Tegen het Centreren van Poëzie’ op, een ludieke online actie om kritiek te leveren op het veranderen van de bladspiegel bij de overname van gedichten (Peppelenbos 2012).

amusant. Zowel Van Bastelaere als Pfeijffer identificeerden zich met de ‘moeilijke’ en ‘onbegrijpelijke’ poëzie en keurden de andere soort af. Volgens Van Bastelaere stond zijn eigen poëzie ‘haaks tegenover die ideologie [van de onmiddellijkheid]’. Hij schaarde zich bij ‘de moeilijke jongens’ zoals Leonard Nolens, Hugo Claus en Erik Spinoy, die niet uitgingen van een directe of onproblematische relatie tussen taal en werkelijkheid (Reyniers & Van Perre 1990, 7). Pfeijffer legde op zijn beurt aan de hand van zijn eigen gedichten uit waarom ‘[o]nbegrijpelijke poëzie [...] altijd beter [is] dan makkelijke poëzie’ (Pfeijffer 2000).

Van Bastelaere richtte zijn kritiek vooral op de organisatoren van poëziefestivals zoals de Nacht van de Poëzie en Saint Amour, die de ‘ideologie van de onmiddellijkheid’ inzetten om poëzie als ‘een product’ te verkopen aan zoveel mogelijk mensen via het podium, de televisie en het glossytijdschrift (De Ridder 2014, 124).¹² Van Bastelaere vreesde, in navolging van Roland Barthes, dat de hegemonie van ‘leesbare’ literatuur het einde van het boek zou betekenen.¹³ Pfeijffer richtte zijn pijlen niet op de organisatoren van poëziefestivals, maar op de dichters die ‘geboren zijn op het podium’ en vinden dat zij de ‘cirkel van heilige ondoordringbaarheid hebben doorbroken en de poëzie hebben teruggegeven aan normale, hippe mensen’ (Pfeijffer 2000).¹⁴

Van Bastelaere en Pfeijffer koppelden ‘de ideologie van de onmiddellijkheid’ en de ‘mythe van de verstaanbaarheid’ dus voornamelijk aan orale vormen van poëzie. Volgens Brems en Dams in *Non-book poëzie* (1987) kenmerkt de voorkeur voor begrijpelijke poëzie echter ook poëzieobjecten; de ‘selectiemechanismen’ die ervoor zorgen dat toegankelijke gedichten worden gekozen, zijn volgens de auteurs ‘aan het werk in vrijwel alle gevallen waar non-bookmaterialen gebruikt worden om de bestaande poëzie weer te geven of te verspreiden’ (Brems & Dams 1987, 49). Deze mechanismen zorgen er volgens hen voor dat ‘gedichten die niet op vlotte consumptie

¹² Zoals Matthijs de Ridder terecht opmerkt, uitte Van Bastelaere kritiek op poëziefestivals, terwijl hij zelf uitgenodigd was om op Saint Amour op te treden en vervolgens besloot ‘ampel gebruik te maken van de mogelijkheid die de populariteit van “Saint Amour” bood: zijn eigen tegendraadse visie op literatuur en samenleving verkondigen’ (De Ridder 2014, 125-126).

¹³ Van Bastelaere citeert hierbij Barthes: ‘Il triompherait sous ses formes les plus abjectes: ce serait le livre de la communication de masse, le livre de la consommation, disons le livre capitaliste’ (Reyniers & Van Perre 1990, 7).

¹⁴ Pfeijffers positie ten opzichte van podiumpoëzie was tijdens en na de publicatie van zijn artikel genuanceerder dan het polemische essay doet vermoeden; in de tijd dat hij het essay schreef, trad hij met zijn poëzie gemiddeld drie keer per maand op (De Klerck 2000); in hetzelfde jaar trad hij op tijdens de Nacht van de Poëzie in Utrecht, in 2001 opende hij hetzelfde evenement, waar hij ook optrad in 2006 en 2015, en in 2015 nam hij plaats in de jury van de finale van het Nederlands Kampioenschap Poetry Slam. Ook heeft hij later zijn aanval op ‘makkelijke poëzie’ gerelativeerd (o.a. in *Brieven uit Genua* (2016)).

toegespitst zijn', telkens buiten de boot vallen. Wanneer zulke 'gedichten die het meest typisch vanuit en naar de intieme, herleesbare boekvorm geschreven zijn' wél worden gebruikt op non-book voorwerpen, worden ze volgens Brems en Dams vaak op de verkeerde manier gebruikt: 'Tegelijk kan het gebeuren dat heel complexe gedichten, wanneer ze toch op die – voor hen tegennatuurlijke – manier gebracht worden, vereenvoudigd en getrivialiseerd worden' (Brems & Dams 1987, 49).

De keuze voor het woord 'tegnatuurlijk' is veelzeggend.¹⁵ Net als Van Bastelaere en Pfeijffer maken Brems en Dams hiermee een onderscheid tussen poëzie die het best tot haar recht komt in (of zelfs speciaal geschreven is voor) het boek en poëzie die het best tot haar recht komt (of zelfs speciaal geschreven is voor) buiten het boek. De 'natuurlijke' plek voor de poëzie die deze auteurs hoog in het vaandel dragen, is in het boek en niet op podia, televisie, objecten of in glossytijdschriften. Aan de ene kant wordt de voorkeur voor toegankelijke poëzie buiten het boek bekritiseerd; aan de andere kant wordt de keuze voor complexe poëzie buiten het boek ook niet toegelicht. Door het afkeuren van beide scenario's blijft er maar één optie over die volgens dit perspectief goedkeuring verdient: complexe gedichten die vragen om rustig herlezen te worden in boeken.

Bovengenoemde opvattingen van Van Bastelaere, Pfeijffer, Brems en Dams¹⁶ zijn te vergelijken met de eerdergenoemde kritiek van Hermans, Nijssen en Tiberghien op Plint: er worden enkel toegankelijke gedichten uitgekozen die onmiddellijk te begrijpen zijn, en de populariteit van dit soort toegankelijke poëzieobjecten is een dreiging voor het voortbestaan van het boek. Op basis van de Plintcatalogus en de resultaten van mijn enquête zijn zowel voor- als tegenargumenten te geven voor deze kritiek.

Aan de ene kant zijn deze opvattingen over Plint te begrijpen en te beargumenteren. Het overzicht van alle Plintposters¹⁷ toont dat de stichting een voorkeur kent voor gedichten en dichters die bekendstaan om hun 'toegankelijkheid', zoals neo-romantici, neo-realisten en kinder- en jeugddichters. Bovendien gaven de respondenten in de enquête aan dat het toegankelijk

¹⁵ In de eenentwintigste eeuw is het niet ongebruikelijk om deze 'natuurmetafoor' andersom te gebruiken. Historisch en sociologisch gezien is het boek namelijk juist *niet* de standaarddrager van poëzie en is de autonomistische visie op het genre juist *niet* de 'eigenlijke' visie. Vgl. *Oneigenlijk gebruik* (2008) van Geert Buelens en *Everyday Reading* (2012) van Mike Chasar. Chasar stelt expliciet het tegenovergestelde van wat Brems en Dams beweren: 'The poem's natural home is not in the book.' (Chasar 2015)

¹⁶ Ik plaats Van Bastelaere en Brems hier op één lijn, terwijl ik me ervan bewust ben dat zij elkaar geregeld hebben aangevallen op elkaars meningen en perspectieven. Vergelijk Van Bastelaeres essay 'Hugo Brems en de hidden agenda van de kleinburgerij' (Van Bastelaere 2001).

¹⁷ Zie <http://kilavanderstarre.com/lijst-met-posters-van-plint/>.

maken van poëzie een aspect is van Plint dat ze waarderen (zie het label 'toegankelijk' in bijlage 2). Ook de antwoorden op de twee open en optionele vragen over dichters die de respondenten goed en slecht vinden, laten zien dat er een voorkeur onder Plintliefhebbers bestaat voor dichters die bekendstaan om hun 'toegankelijkheid' [Tabel 1 en 2].

Tabel 1. Antwoorden op de open vraag (optioneel) 'Kan je een poëziebundel of dichter noemen die je goed vindt?' (n = 500)¹⁸

1. Rutger Kopland	(n = 125)
2. Judith Herzberg	(n = 96)
3. M. Vasalis	(n = 87)
4. Toon Tellegen	(n = 83)
5. Herman de Coninck	(n = 67)
6. Hans Andreus	(n = 60)
7. Ida Gerhardt	(n = 49)
7. Willem Wilmink	(n = 49)
9. Remco Campert	(n = 39)
10. Annie M.G. Schmidt	(n = 38)

Tabel 2. Antwoorden op de open vraag (optioneel) 'Kan je een poëziebundel of dichter noemen die je slecht vindt?' (n = 630)¹⁹

1. Toon Hermans	(n = 25)
2. Nel Benschop	(n = 6)
3. Ilja Leonard Pfeijffer	(n = 5)
3. Joost Zwagerman	(n = 5)
3. Paul van Ostaijen	(n = 5)
3. Jules Deelder	(n = 5)
7. Anna Enquist	(n = 4)
7. Jan Hanlo	(n = 4)
7. Ramsey Nasr	(n = 4)
10. Lucebert	(n = 3)
10. Ellen Deckwitz	(n = 3)

¹⁸ Respondenten konden meer dan één dichter noemen. Een deel van de 500 antwoorden bevat geen naam van een dichter, maar bestaat uit opmerkingen als 'Ik lees graag veel verschillende gedichten van allerlei dichters' en '[I]k ken er onvoldoende'.

¹⁹ Dichters die één keer werden genoemd, zijn niet opgenomen in de lijst. Respondenten konden meer dan één dichter noemen. Een deel van de 630 antwoorden bevat geen naam van een dichter, maar bestaat uit opmerkingen als 'Die lees ik niet', '[I]k kan niet op de naam komen' en 'Nee, er bestaat geen slechte poëzie'.

Aan de andere kant kent de kritiek op Plint ook tegenargumenten. In wat volgt, zal ik aantonen dat dichters die gezien worden als ‘complex’ en ‘moeilijk’, wel degelijk deel uitmaken van de Plintcollectie. Uit het empirisch onderzoek blijkt dat Plintliefhebbers²⁰ minder belang hechten aan het begrijpen van gedichten dan aan andere aspecten van poëzie. Bovendien wordt het voortbestaan van het boek wordt mede door Plintliefhebbers in stand gehouden.

Om een beeld te geven van de relatie tussen Plint en dichters die als ‘complex’ worden beschouwd, vergelijk ik de namen van dichters die in bovenstaande citaten als voorbeeld worden genoemd met de namen in de catalogus van Plint. Van de namen die Van Bastelaere en Pfeijffer noemen in hun teksten over ‘de ideologie van de onmiddellijkheid’ en ‘de mythe van de verstaanbaarheid’ is een deel terug te vinden in de Plintcollectie. De helft van de ‘moeilijke jongens’ waar Van Bastelaere zichzelf onder schaaft, komt bijvoorbeeld voor in de Plintcatalogus: ‘Verterend vocht’ van Claus werd in 1988 uitgebracht op een poster en van Nolens bracht Plint een muurgedicht, een raamgedicht en een gedicht op een armband uit. Wat betreft de namen die Pfeijffer noemt in de categorieën ‘begrijpelijke poëzie’²¹ en ‘onbegrijpelijke poëzie’²², zijn door Plint uit beide categorieën evenveel dichters uitgegeven: Van Gogh, Heytze en Peeters uit de eerste en Menkveld, Stitou en Pfeijffer uit de tweede categorie. Van de twee dichters die Hermans noemt als voorbeeld van experimentele poëzie die ‘wordt geschuwd’ en niet op poëzievoorwerpen voorkomt, is één van de twee in de catalogus van Plint te vinden: poëzie van Peter van Lier is door Plint uitgegeven op tafelkleden en servetten.

Problematisch is bovendien dat de redeneringen van Van Bastelaere, Pfeijffer, Brems en Dams gestoeld zijn op bepaalde aannames over de lees- en luisterhouding en de voorkeuren van ‘het publiek’, namelijk de aanname dat ‘het publiek’ onmiddellijk wil begrijpen wat een gedicht betekent en de aanname dat mensen vermaakt willen worden door poëzie. In deze gevallen wordt niet duidelijk gedefinieerd welk publiek men voor ogen heeft, maar op basis

²⁰ Ik gebruik de term ‘Plintliefhebber’ om over het algemeen de respondenten van de enquête te omschrijven. De enquête is immers enkel ingevuld door mensen die Plintproducten kopen en/of krijgen en de stichting via hun nieuwsbrief, website of sociale media volgen. Bovendien is het woord ‘liefhebber’ geschikt omdat uit de reacties in de enquête blijkt dat de achterban van de organisatie opvallend trouw, enthousiast en liefdevol staat tegenover poëzie in het algemeen en Plint in het bijzonder.

²¹ Ruben van Gogh, Bart FM Droog, Serge van Duijnhoven, Ingmar Heytze, Tjitse Hofman, Hagar Peeters, Tommy Wieringa, Arjan Witte en Olaf Zwetsloot.

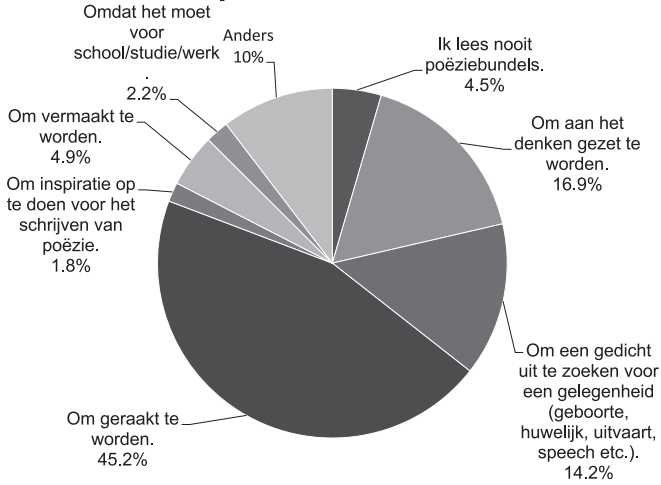
²² Erik Menkveld, René Puthaar, Victor Schiferli, Mustafa Stitou, André Verbart, Menno Wigman en zichzelf.

van de enquête die verspreid is onder Plintliefhebbers kan getracht worden iets te zeggen over het specifieke publiek van Plint. Uit de resultaten van de enquête blijkt juist dat de respondenten in het geval van poëzie op Plint-producten ‘vermaakt worden door een gedicht’ (gem. = 7.6, SD = 1.5) en ‘een gedicht begrijpen’ (gem. = 7.7, SD = 1.8) gemiddeld lager van belang achten dan ‘geraakt worden door een gedicht’ (gem. = 8.8, SD = 1.1) en ‘aan het denken gezet worden door een gedicht’ (gem. = 7.9, SD = 1.3). De antwoorden op de vraag over het belang van het begrijpen van het gedicht liggen het meest uiteen (ze kennen de hoogste standaarddeviatie) vergeleken met de vragen over het belang van vermaakt worden, geraakt worden en aan het denken gezet worden. Het belang van geraakt worden is daarentegen opvallend hoog en weinig verspreid (het hoogste gemiddelde en de laagste standaarddeviatie). Het belang van geraakt worden bij het lezen van gedichten in boeken is voor de Plintliefhebbers ook groot: 45.2% van de respondenten vindt ‘geraakt worden’ de belangrijkste reden om een poëziebundel te lezen [Fig. 1].

Emotie is voor Plintliefhebbers duidelijk een belangrijke factor bij het lezen van poëzie. Zowel in de voorkeur voor dichters (neo-romantici, neo-realisten, dichters die alledaagse dingen op een nieuwe manier bekijken) als in de leeshouding (op zoek naar emotie, verwondering, geraakt worden) is een expressieve poëtica aanwezig.²³ Het belang van emotie bij het lezen van poëzie werd in de twintigste eeuw door de New Critics afgewezen als ‘the affective fallacy’; het zou bij ‘close reading’ van poëzie, een manier van lezen die tijdschrift *Merlyn* later zou voorschrijven, moeten gaan om gedetailleerd en structuralistisch analyseren. Literatuurwetenschappers als Susan Sontag en Jan de Roder hebben sindsdien echter het belang van de ‘ervaring’ van poëzie benadrukt. Ook voor Plint staat de ‘ervaring’ van poëzie voorop. In meerdere catalogi stelt de organisatie dat de poëzievoorwerpen je leven ‘niet alleen leuker maar ook poëtischer’ maken (*Plintbrochure* 2016, 4). Er wordt nooit geëxpliciteerd wat er precies met een ‘poëtischer’ leven bedoeld wordt; dat poëzie je een gelukkiger mens maakt, lijkt een onuitgesproken aanname te zijn. Duidelijk is ieder geval dat je niet literatuur of kunstgeschiedenis gestudeerd hoeft te hebben om poëzie of kunst te waarderen: ‘Er is zelfs een hele studie voor op de universiteit. Maar eigenlijk heb je dat allemaal niet nodig om van kunst te kunnen genieten. Het enige wat je nodig hebt, zijn je ogen, een beetje fantasie en alle tijd’ (*Plint* z.j.).

²³ Deze expressieve poëtica waarin emotie een grote rol speelt, is deels de poëtica waar Van Bastelaere en Pfeijffer zich tegen afzetten. Fig. 1 laat echter zien dat emotie en vermaak voor de respondenten verschillende rollen spelen, zowel wat betreft hun mening over en ervaring met Plintproducten, als met poëzieboeken.

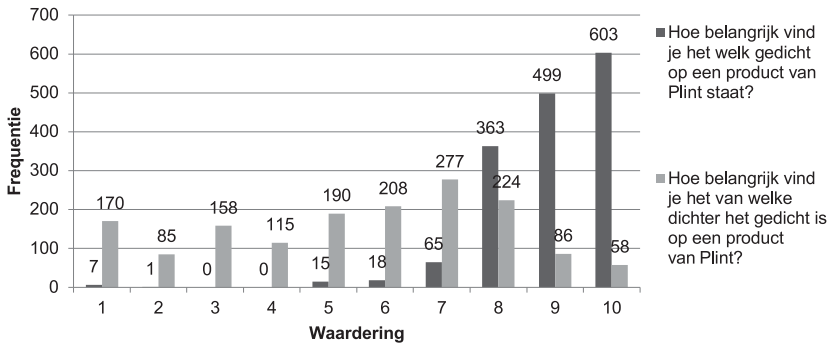
Wat is voor jou de belangrijkste reden om een poëziebundel te lezen?



Figuur 1

Alle antwoorden op de gesloten vraag (verplicht) ‘Wat is voor jou de belangrijkste reden om een poëziebundel te lezen?’ (n = 1571).

Het belang van het gedicht en de dichter



Figuur 2

Alle antwoorden op de gesloten vraag (verplicht) ‘Hoe belangrijk vind je het welk gedicht op een product van Plint staat?’ (n = 1571) en op de gesloten vraag (verplicht) ‘Hoe belangrijk vind je het van welke dichter het gedicht is op een product van Plint?’ (n = 1571).

Frequentie: aantal respondenten. Waardering: 1 = onbelangrijk; 10 = zeer belangrijk.

Nog belangrijker dan het aspect ‘geraakt worden’ vinden de Plintliefhebbers de keuze van het gedicht op een Plintproduct. Op de gesloten vraag (verplicht) ‘Hoe belangrijk vind je het welk gedicht op een product van Plint staat?’ vulde 70.2% een 9 of een 10 in (zie [Fig. 2]). Bij geen andere waarderingsvraag werden zoveel tieners ingevuld. De meningen over het belang van welke dichter het gedicht heeft geschreven zijn echter erg verdeeld. Op de gesloten vraag (verplicht) ‘Hoe belangrijk vind je het van welke dichter het gedicht is op een product van Plint?’ vulden 170 respondenten een 1 in en slechts 58 mensen een 10 (zie [Fig. 2]). Voor geen enkele andere vraag vulden zoveel respondenten een 1 in en zo weinig een 10. Duidelijk is dat voor Plintliefhebbers de tekst van een gedicht veel belangrijker is dan de maker van een gedicht: de focus ligt op het gedicht zelf en niet op de status, op de bekendheid of op andere kenmerken van de dichter als persoon (of als ‘literair idool’).

De aannames van Van Bastelaere, Pfeijffer en de critici van Plint over de voorkeur voor toegankelijke poëzie en over de voorkeuren van het publiek, blijken op basis van de catalogus en de enquête niet geheel op te gaan voor Plint. Ook de relatie tussen de populariteit van Plint en het ‘einde van het boek’ is op basis van de enquêteresultaten nauwelijks te verdedigen: bijna één derde van de respondenten (31.3%) leest dagelijks in een roman en ruim één vijfde (22.7%) leest één keer per week of vaker in een poëziebundel. Deze percentages zijn hoger dan buiten de groep Plintliefhebbers: 16% van Nederlandse volwassenen leest dagelijks in een roman en 12% komt ‘wel eens in aanraking’ met poëzie in poëziebundels, waarbij niet naar precieze frequentie werd gevraagd (Witte & Scholtz 2015, 11 en 16).

Niet alleen lezen Plintliefhebbers opvallend vaak boeken, Stichting Plint geeft zelf poëzieboeken uit die opvallend goed verkopen. Het 25-jarig jubileumboek *300 combinaties van poëzie en beeldende kunst* (2004) werd in een oplage van 4.000 exemplaren gedrukt en was binnen vier maanden uitverkocht, waarna nog twee drukken volgden (*Plintbrochure* 2005, 35). De bloemlezing *Lees maar lang en wees gelukkig. De 500 mooiste, beste, fijnste gedichten & beelden van Plint (tot nu toe)* (Van Hooijdonk 2013) stond maandenlang in de top 3 van de Vlaamse Poëzie Top 10 en is ook twee keer herdrukt (*Plintbrochure* 2015, 70). Daarnaast blijkt uit de antwoorden op de open vraag (optioneel) ‘Wat is jouw lievelingsproduct van Plint?’ (n = 1052) dat de poëzieboeken van Plint op de vijfde plaats staan (8.8%), na de posters (44.8%), kaarten (28.8%), kussenslopen (21.3%), en raamgedichten (18.9%).²⁴

²⁴ Respondenten konden in hun antwoord meer dan één product noemen.

Het Plintpubliek en de cultuurindustrie

Wat leren de resultaten van de enquête ons nog meer over de kenmerken van de Plintliefhebber? De doorsnee Plintliefhebber is een hoogopgeleide (84.5%) vrouw (93.4%) van middelbare leeftijd (gem. = 47.1 jaar, SD = 13.8). Bijna twee derde van de respondenten (62.9%) is in het bezit van een bibliotheekpas en bijna een vijfde (18.5%) is lid van een leesclub. Het grootste gedeelte leest dagelijks een krant of tijdschrift (59.9%) en/of een deel van een roman (31.3%). De meeste Plintliefhebbers wonen in Zuid-Holland (18.5%), Noord-Holland (14.9%) en Utrecht (13.2%). Inwoners uit alle Nederlandse provincies zijn onder de respondenten vertegenwoordigd, naast mensen woonachtig in België (5.8%) en buiten de Lage Landen (1.2%). Het merendeel van de groep spreekt Nederlands als moedertaal (97.4%).²⁵

‘We willen niet elitair zijn,’ zei Frank Eerhart geregeld over de door hem opgerichte stichting (Van Dijk 2004), maar bovenstaande resultaten laten zien dat dat doel wellicht niet behaald wordt. De achterban van Plint is vergelijkbaar met het standaard literatuurlezend publiek: hoogopgeleide vrouwen van middelbare leeftijd (*Leesmonitor.nu* 2016). Zoals gezegd hoort een deel van de respondenten ook tot het lezend poëziepubliek, maar een groot gedeelte niet: bijna de helft van de respondenten (46.4%) leest minder dan eens in de twee maanden in een poëziebundel en een groot deel van de respondenten bezoekt nooit een poëzie-evenement (42%), leest nooit poëzie op het internet (19.4%) en schrijft nooit poëzie (58.6%).

Als we deze Plintliefhebbers zouden willen plaatsen in het literaire landschap, bijvoorbeeld in het op Bourdieu leunende schema van het literaire veld aan het eind van de twintigste eeuw uit het standaardwerk voor literair-institutioneel onderzoek, *De productie van literatuur* (Dorleijn & Van Rees 2006, 19), zouden ze als romanlezers aanwezig, maar als poëziefhebbers grotendeels afwezig zijn. De Plintliefhebbers die geen of weinig poëziebundels lezen en nooit een poëzie-evenement bezoeken komen niet in het schema voor. Wel zouden we Plint kunnen plaatsen in het onderdeel ‘onderwijs’, aangezien Plint is begonnen als en nog steeds een rol vervult in het educatieve deel van het poëzieveld.²⁶ Echter, de instelling is ook buiten het onderwijs een pilaar van het poëzielandschap. De resultaten van de enquête

²⁵ Ook de moedertaal van de ouders is over het algemeen Nederlands, maar daarbij is het percentage iets lager (moeder 94% en vader 94.7%), wat aangeeft dat een klein deel van de respondenten bestaat uit tweedegeneratieallochtone Plintliefhebbers.

²⁶ Sinds 2014 is ook een digibordabonnement van Plint beschikbaar, waarmee scholen iedere week een nieuw gedicht en beeld op de digitale schoolborden kunnen tonen.

laten zien dat meer dan de helft (54.6%) van de respondenten geen Plintposters op school had of heeft en dus geheel buiten de schoolabonnementen om Plintproducten kent, koopt en krijgt.²⁷

Een groot gedeelte van de Plintliefhebbers valt dus buiten het standaard-schema van het literaire veld, terwijl de leden van deze groep gemiddeld in hun leven 13.4 Plintproducten hebben gekocht en 2.5 Plintproducten hebben gekregen, poëzieposters en andere -objecten in huis hebben (hangen), waardering tonen voor het lezen van gedichten, een mening hebben over Nederlandstalige poëzie en een grote passie hebben voor de grootste uitgever van Nederlandstalige poëzieobjecten. Vergelijkbaar met de manier waarop Plintliefhebbers geen plaats krijgen in het traditionele poëzielandschap, kent Plint ook geen plaats in de literatuurgeschiedschrijving; noch het Letterkundig Museum, noch de Koninklijke Bibliotheek verzamelt structureel de uitgaven van Stichting Plint en geen enkel standaardwerk over de geschiedenis van de Nederlandstalige literatuur maakt melding van de stichting.²⁸

Omdat de meeste gedichten in de Plintcollectie uit poëziebundels komen²⁹ maar niet uit bundels worden gelezen, lijkt de grootste reden voor de ommissie in de academische receptie de drager van de gedichten. De keuze voor dragers die aantrekkelijk zijn voor kopers en het 'consumeren' van poëzie vergemakkelijken lijkt in te gaan tegen de overwegend autonomistische literatuuropvatting van de Nederlandse literatuurgeschiedenis. De zonder winst oogmerk functionerende Stichting Plint is echter geen commerciële instantie, in tegenstelling tot de meeste uitgeverijen en boekhandels. Wel is de stichting zeer publieksgericht. Alle gedichten en voorwerpen worden uitgekozen op basis van de verwachte voorkeuren van de doelgroep en met als doel om zoveel mogelijk mensen aan te spreken en daarbij dus ook om zoveel mogelijk te verkopen.

Plint kan op basis van deze unieke positie geplaatst worden tussen een autonoom en een heteronoom literair model in. Aan de ene kant kiest Plint

²⁷ Hierbij moet opgemerkt worden dat de verspreiding van de enquête invloed heeft op deze resultaten: de enquête is via de nieuwsbrief, website en sociale media van Plint verspreid en bijvoorbeeld niet via scholen.

²⁸ De museumwinkel van het Letterkundig Museum verkoopt opvallend genoeg wel poëzieposters en poëzievoorwerpen van Plint; blijkbaar passen Plintartikelen wel bij het imago en de doelgroep van het Letterkundig Museum, maar worden ze niet gezien als uitgaven die gearchiveerd moeten worden.

²⁹ Soms verschijnen gedichten eerst op een Plintposter- of voorwerp en worden ze later in bundels opgenomen, zoals 'De pinguïn en de papegaai' van Erik van Os. Soms schrijven dichters in opdracht van Plint gedichten voor posters of voorwerpen, zoals de zestien gedichten die in 2009 in opdracht van Plint werden geschreven voor kerstkaarten en kerstballen (*Plintbrochure* 2009).

naar eigen inzicht en wensen de gedichten en beelden uit en worden 'bestsellers' nooit herdrukt; ze handelt dus naar eigen wetten. Aan de andere kant heeft Plint als doel een zo groot mogelijke afname door scholen en particulieren te bewerkstelligen; ze laat zich dus ook leiden door economische wetten. Het gaat Plint om de waarden van kunst, het literaire en het nutteloze (of 'het autonome') en tegelijk profileert de stichting zich als een idealistische belangengroep voor het verheffen van de samenleving ('het heteronome'). Deze interessante tussenpositie van Plint is een combinatie van een perspectief op poëzie als 'zuivere kunst' en een opvatting van poëzie als onderdeel van wat Adorno en Horkheimer de 'cultuurindustrie' hebben genoemd. Horkheimer en Adorno stellen in het hoofdstuk 'Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug' in *Dialektik der Aufklärung* (1947) dat in de cultuurindustrie cultuur en entertainment worden gecombineerd; kunst wordt vercommercialiseerd en opgelegd aan de onderdrukte en gemanipuleerde massa, waarbij alles identiek is (alles is geïnfecteerd met 'Ähnlichkeit') en van korte duur ('nach kurzfristigem Gebrauch wegzuwerfen wie Konservbüchsen'; Horkheimer & Adorno 2006, 128). In de cultuurindustrie zweert kunst haar autonomie af en neemt trots plaats tussen de consumptiegoederen (Horkheimer & Adorno 2006, 166).

Het bijzondere aan de producten van Plint is dat de teksten die de objecten 'cultureel' maken (want zonder de gedichten erop zijn de kussenslopen van Plint gewoon kussenslopen) rechtstreeks uit de 'hoge cultuur' van de poëzie komen. Die combinatie maakt Plint onderdeel van het postmoderne eclecticisme van hoge en lage cultuur. Een mooi voorbeeld is het gedicht 'Herinnering aan Holland' van Hendrik Marsman dat door Plint uitgegeven is op een hoesje dat speciaal gemaakt is om je paspoort in te steken. Een luxeproduct wordt gecombineerd met één van de meest canonieke Nederlandse voorbeelden uit het 'hoogste' literaire genre. Het beeld dat daarbij is uitgekozen, een fragment uit het schilderij 'Kinderen der zee' (1872) van Jozef Israëls, en de verantwoording die op het product is afgedrukt, 'met dank aan het Rijksmuseum', maakt het eclecticisme compleet.

De illusie van individualiteit, de 'pseudo-individualiteit', die volgens Horkheimer en Adorno de cultuurindustrie kenmerkt (Horkheimer & Adorno 2006, 163), is ook terug te vinden bij Plint. Het taalgebruik, de stijl en de toon van de teksten in de brochures, op de websites en op sociale media zijn gericht op het aanspreken van de (potentiële) koper van producten als een uniek, authentiek individu en hebben als doel de producten van Plint te presenteren als uniek, authentiek, milieubewust, ethisch, gezond en gelukkigmakend. In de cultuurindustrie worden volgens Horkheimer en Adorno cultuurproducten op een onpersoonlijke manier massaal geproduceerd, maar

ze worden op zo'n manier gepresenteerd dat de koper de indruk heeft dat ze speciaal op maat zijn gemaakt voor hem/haar. Ook Plint speelt met deze 'pseudo-individualiteit': de organisatie spreekt (potentiële) liefhebbers stevast aan in de tweede persoon enkelvoud (de slogan in 2016 luidt 'Van Plint. Gemaakt voor jou'). Daarnaast benadrukt Plint dat verschillende producten 'met de hand' en 'zonder kindarbeid' van gerecycled materiaal worden gemaakt, 'gewoon, om de hoek met en bij de burens', en dat de producten 'goed voor jezelf' zijn 'en goed voor het milieu' (*Plintbrochure* 2015, 10, 32, 42, 45). Bovendien wordt geïmpliceerd dat Plintproducten je identiteit verbeteren: 'Je hoort bij de leuke helft als je een poëzieposter hebt' (*Plintbrochure* 2015, 15). Ook samenwerkingen, onder andere met Amnesty International en Stichting Jarige Job, benadrukken de maatschappelijke betrokkenheid van Plint.

De kritiek op de cultuurindustrie bestond ook uit Walter Benjamins problematisering van de technische reproductie die de massacultuur met zich meebracht: cultuur werd (soms letterlijk) aan de lopende band geproduceerd, waardoor die zijn 'aura' verloor. Plintvoorwerpen worden in oplages geproduceerd, waardoor ze voldoen aan het 'massa'-aspect van de cultuurindustrie. Echter, van constante reproductie is bij Plintposters geen sprake omdat iedere druk van posters eenmalig is. Bestsellers verdwijnen net zo goed uit de catalogus als minder goed verkopende producten en worden niet, anders dan goedverkopende poëziebundels, eindelijk herdrukt. De producten behouden daardoor enigszins hun 'aura'; er bestaan immers maar een beperkt aantal exemplaren. Hierdoor worden de gedichten 'uniek' gemaakt (en worden sommige voorwerpen bijvoorbeeld op het internet aangeboden als *collector's items*), iets wat de gedichten buiten Plint om niet zijn: de teksten worden eindelijk overgetypt en geknipt en geplakt op het internet, opgenomen in bloemlezingen en voorgedragen op podia.

Waardering voor Plint

Naast de kritiek uit het literaire veld ontvangt Plint vooral veel lof. Naast de persoonlijke laudatio's van auteurs, zoals die aan het begin van deze bijdrage worden aangehaald, kent Plint institutionele waardering. Oprichter Frank Eerhart kreeg in 1992 bijvoorbeeld de Brabantse Cultuurprijs (10.000 gulden en een kunstwerk) toegekend voor zijn werkzaamheden bij Plint (Langelaan 1992), staatssecretaris Aad Nuis prees in 1995 de manier waarop de stichting de aandacht van de jeugd wist te trekken voor poëzie en beeldende kunst (Van de Ven 1995, 21) en 'een zekere staatssecretaris

van een zeker departement geeft ons digibordabonnement met regelmaat cadeau na een schoolbezoek', aldus de *Plintbrochure* van 2015 (p. 15).

Zeker is dat opname in de Plintcollectie dichters economisch kapitaal oplevert; de dichter en kunstenaar ontvangen samen 10% van de verkoopprijs, exclusief btw. Frank Eerhart vertelde in 2004 dat dichters graag onderdeel worden van de collectie omdat een goedverkopend poëzievoorwerp heel wat geld kan opleveren: 'Sommige dichters zeggen: ik heb nog nooit zoveel vergoeding gehad sinds ik bij jullie op een sloop sta' (Van Dijk 2004).³⁰ Opgenomen worden in de Plintcollectie heeft veel dichters verblijd. Vrouwkje Tuinman schreef Plint bijvoorbeeld bij het geven van haar toestemming om een gedicht van haar te laten drukken op een fietszadelhoesje: 'Wat heerlijk! Zoals half Nederland, vermoed ik, ben ik opgegroeid met Plintposters in de klas. Ik hoopte al best lang dat er een keer "iets" van mij kwam' (*Plintbrochure* 2015, 15). Opname in de Plintcollectie wordt echter, anders dan bijvoorbeeld publicaties in bloemlezingen, nooit genoemd in literatuurgeschiedenisboeken en voor literatuurcritici is het bestaan van Plintproducten met gedichten van een bepaalde dichter geen reden om die schrijver hoger in het vaandel te dragen. Een associatie met Plint kan in het literaire veld zelfs negatieve connotaties hebben, die samenhangen met normatief geladen termen als 'toegankelijk' en 'populair'. De term 'Plint-dichter' wordt zelfs gehanteerd om een type dichter te beschrijven, zoals Nikki Dekker in 2015 deed door Marc Tritsmans 'een echte Plint-dichter' te noemen, 'iemand die troostende gedichten schrijft voor een breed publiek.' (Dekker 2015)

Over het symbolisch kapitaal van poëzieobjecten voor de kopers van die voorwerpen schreven Brems en Dams al in 1987:

[I]n tal van gevallen zal het gedicht vooral de rol van statussymbool spelen, niet ongelijk aan die van de fraaie boekruggen in de nette huiskamer. Wie een T-shirt draagt met daarop een gedicht, brengt daardoor de poëzie niet aan het publiek maar afficheert zichzelf als de wat exclusieve drager van een poëzie-T-shirt. Hetzelfde geldt mutatis mutandis voor badges, kalenders, briefkaarten, posters en voor wie zijn gasten ontvangt met poëtische servetten en bierviltjes. Snobisme is niet ver weg (Brems & Dams 1987, 51).

³⁰ Deze uitspraak is extra opmerkelijk omdat de vergoeding van 10% van de verkoopprijs (exclusief btw) samen met de kunstenaar lager is dan de vergoeding die dichters over het algemeen ontvangen voor de verkoop van een poëziebundel, waarbij ze het percentage niet hoeven te delen met een kunstenaar. Dit zou kunnen betekenen dat de verkoop van Plintproducten groot genoeg is om dit verschil te compenseren.

Uit de enquête blijkt inderdaad dat Plintproducten onder andere worden gewaardeerd omdat ze bijdragen aan identiteitsvorming. Op de open vraag (optioneel) ‘Zijn we nog andere belangrijke redenen vergeten waarom jij producten van Plint waardeert?’³¹ (n = 302) zijn uiteenlopende antwoorden gegeven die van tweeëntwintig labels zijn voorzien (zie bijlage 2). Plint als onderdeel van identiteitsvorming en van huisinterieur hangt samen, blijkt uit de antwoorden: ‘Je haalt iets in huis wat iets zegt over jezelf’, ‘Het zijn mooie blikvangers in je huis’, ‘[M]ijn interieur ver-persoonlijken’. Een raamsticker, poster of kussensloop van Plint geeft je symbolisch kapitaal; je toont de wereld dat je iemand bent die van poëzie houdt.³² Ook het geven van een Plintproduct als cadeau aan een ander, wat voor het grootste gedeelte van de respondenten bij het kopen van een Plintproduct het geval is³³, maakt deel uit van dat kapitaal: ‘Het brengt een boodschap over aan degene aan wie je het product cadeau geeft’.

Volgens Brems en Dams wordt bij poëzie op objecten vaak ingespeeld op typische poëtische vormaspecten (bondigheid, rijm, parallellisme, contrast, klank) om ‘[p]oëzie als voorgeformuleerde fraaie gedachte’ te presenteren. De gevolgen zijn volgens hen niet eenduidig positief: ‘Voor die poëzie is het gevolg natuurlijk enerzijds ruime verspreiding en integratie, maar anderzijds reductie en trivialisering. Uit het poëtische aanbod worden die fragmenten geselecteerd die onmiddellijk aanspreken als grapje, woordspeling, paradox, aforisme of levenswijsheid.’ (Brems & Dams 1987, 45) Dit soort poëtische ‘fraaie gedachten’ passen in de huidige trend van poëtische spreuken in kof-fiebars, het delen van citaten op sociale media en het aanbrengen van korte teksten in de woon- en slaapkamer. Ellen Deckwitz schreef in *NRC Next* dat volgens haar poëzie tegenwoordig ‘vier verschillende vormen van nut heeft’, waarbij op nummer één ‘interieurdesign’ staat (Deckwitz 2015).³⁴

Uit de enquête blijkt dat respondenten de keuze voor een Plintposter of -object in huis zien als een bewust gekozen alternatief tegenover inhoudsloze,

³¹ Deze vraag volgde op de acht gesloten vragen (allen verplicht) over het belang van het gedicht, de dichter, het beeld, de relatie tussen gedicht en voorwerp, geraakt worden, vermaakt worden, aan het denken gezet worden en begrijpen.

³² Dit geldt ook voor de maandelijke ‘bureaubladen’ die Plint ter beschikking stelt via Facebook: Plintliefhebbers kunnen gratis de speciaal daarvoor gemaakte afbeelding downloaden die het bureaublad van hun computer of smartphone vult met een gedicht, een afbeelding, een kleine kalender en het Plintlogo.

³³ Uit de enquête blijkt dat van de respondenten 6.3% altijd, 28.7% meestal en 47.3% ongeveer de helft van de keren een Plintproduct koopt om cadeau te doen aan iemand anders.

³⁴ Volgens Deckwitz zijn de andere vormen van nut van hedendaagse poëzie dat poëzie je vermaakt, je scherper maakt en een teletijdmachine kan zijn. De column werd het jaar erop, samen met haar andere columns voor *NRC Next* over poëzie, gebundeld in Deckwitz 2016, 111-116.

vaak Engelstalige siercitaten. Respondenten waarderen bijvoorbeeld ‘de sterke combi tussen beeld en tekst en daarmee de unieke plek die de producten hebben tussen alle “te gezellige” kaarten/tijdschriften/e.d. die er te koop zijn’ en schrijven dat Plintproducten ‘origineel [zijn], gedichten met beeld hebben voor mij meerwaarde boven gelijksoortige producten die in de normale winkels te koop zijn’. ‘Er zijn vrij weinig Nederlandstalige teksten te zien op gebruiksvoorwerpen’, liet een respondent weten, ‘Veel Engelstalig en 1000x “Welcome Home” heeft voor mij geen toegevoegde waarde. Spelen met taal is simpel[,] alleen doen we dat te weinig’. In het kader van de citatentrend en de positie van Plint in de ‘cultuurindustrie’ zijn ook de opmerkingen van respondenten over de ‘originaliteit’, ‘uniekheid’ en ‘authenticiteit’ van de producten opvallend. Sommige laten weten de objecten te waarderen ‘omdat het van [P]lint is [en] geen massaproduct’ en omdat het ‘[u]niek, verrassend en geen mainstream’ is.

De vaakst voorkomende labels (zie bijlage 2) voor de antwoorden op de vraag ‘Zijn we nog andere belangrijke redenen vergeten waarom jij producten van Plint waardeert?’ (n = 302), zijn de vormgeving van Plintproducten (n = 185) en de originaliteit van de producten (n = 152). Op de derde plaats staat de liefde voor poëzie (n = 95), met opmerkingen als ‘Zonder poëzie is het leven dor’, ‘[H]et is een mooie manier om mijn liefde voor poëzie te delen met anderen’, ‘[W]e hebben meer poëzie nodig in Nederland. Het weekt ons los’ en ‘[P]oëzie verdient een grotere plaats in de wereld!’.

Ook de emoties die Plintproducten oproepen (n = 83) wordt als reden genoemd voor de hoge waardering voor Plint. Deze reden sluit aan bij eerdere conclusies over het belang van emotie voor Plintliefhebbers. Daarnaast is de nadruk op het belang van Plint in het dagelijks leven (n = 67) opvallend; verschillende respondenten schrijven dat de producten hun leven mooier en poëtischer maken (net als de *Plintbrochures* verkondigen): ‘[Z]e kunnen je even “stil” zetten in het dagelijkse, drukke leven’, ‘Plint maakt het leven mooier door gedichten (woordbeelden) en afbeeldingen op alledaagse voorwerpen te zetten’, ‘Ze verwoorden het leven’. Sommige opmerkingen sluiten naadloos aan bij de poëtica van de neo-realisten en de Zestigers, zoals ‘[L]iteraire kunst verbinden met het dagelijks leven (dus: voor de “gewone mens” toegankelijk zijn)’ en ‘[D]oor jullie producten komen gedichten (al of niet in combinatie met beeldende kunst) in het dagelijks leven van mensen terecht, precies waar ze thuis horen’. Tenslotte blijkt de non-bookvorm van de producten voor de respondenten van belang te zijn. Juist het feit dat de gedichten niet in boeken staan, is essentieel: ‘Poëzie voor het grijpen (niet verstopt in de boekenkast)’ en ‘Gedichten op bruikbare producten, het verdwijnt niet in je boekenkast! Dat vind ik heel

leuk, doordat ik het op kussenslopen en raamposters heb, kijk je er bij wijze van elke dag even naar!'.

De waardering voor Plint door de achterban van de stichting is groot; de respondenten geven de collectie van Plint een gemiddeld een 8.3 (SD = 0.8). Aangekomen bij de laatste vraag van de enquête (open en optioneel: 'Wil je nog iets kwijt over dit onderzoek?' (n = 362)), die voornamelijk bedoeld was om feedback te ontvangen op de vragenlijst, grepen respondenten de kans om hun waardering voor Plint (nogmaals) uit te spreken, bijvoorbeeld: '[M]aakt de maatschappij weer wat beter', '[P]oëzie verdient veel aandacht, vooral doorgaan dus!', "[I]edereen PLINT!" zou ik willen zeggen', 'Voor [P]lint: blijf wie je bent, persoonlijk, word niet te commercieel', 'Plint: dank voor al die mooie momenten die ik dankzij jullie al heb gehad en nog ga hebben!' en 'Geef er svp bekendheid aan. Gedichten zijn zoou belangrijk in het Leven!!!'.

Conclusie

Plint, de grootste uitgever van Nederlandstalige poëzievoorwerpen, heeft sinds de oprichting in 1979 als doel, vergelijkbaar met de poëtische doelen van de nieuw-realist en de Zestigers, om poëzie in het alledaagse leven van zoveel mogelijk mensen te plaatsen. En dat lukt: gedichten vinden via posters, kaarten en gebruiksvoorwerpen hun weg naar het leven van een grote groep mensen die waardering toont voor de producten en de stichting. De kritiek op Plint, zoals het enkel selecteren van toegankelijke gedichten en het bijdragen aan het einde van het boek, blijken niet onderbouwd te worden door de resultaten van een historisch-institutioneel, empirisch en sociologisch onderzoek naar de organisatie.

Zoals Yra van Dijk stelt in het hoofdstuk 'Medium' in *Literatuur in de wereld* (2013), valt er nog veel te winnen in de relatie tussen literatuurwetenschap en mediastudies. Lange tijd werd weinig aandacht besteed aan het feit dat het papieren boek slechts één van de mogelijke media is waarin literatuur zich kan manifesteren. Van Dijk stelt terecht dat we veel te veel geneigd zijn 'door het werk *heen* te kijken', in plaats van stil te staan bij de fysieke verschijningsvorm van de tekst en bij de vraag wat de effecten zijn van die materialiteit (Van Dijk 2013, 196, originele cursivering). Plint laat zien dat de drager van poëzie consequenties met zich meedraagt: de institutionele status, de receptie, het publiek en de ervaring van een gedicht veranderen zodra het uit een boek gehaald wordt en op een object geplaatst en verspreid wordt. Dit onderzoek naar Plint laat zien dat aan het eind van de twintigste

eeuw en aan het begin van de eenentwintigste eeuw een grote groep poëziefhebbers bestaat die zich in onderbelichte gebieden van het poëzieland-schap begeeft. Poëziefhebbers die het boek niet als het éérste of belang-rijkste medium voor poëzie zien, vallen gemakkelijk buiten de academische kijk op het literaire veld.

Een zo compleet mogelijke kijk op het poëzieveld vraagt om een her-bezinning op ons perspectief op de poëzie-instituten en het poëziepubliek, waarbij de dynamiek van het veld meer erkenning verdient. Wanneer we de papieren poëziebundel blijven zien als het enige onderzoeksobject voor poëzieonderzoek en enkel blijven vertrekken vanuit die drager en de insti-tuties die daaraan verbonden zijn, lopen we een groot gedeelte van het poëziepubliek mis. Plint is hier een overtuigend voorbeeld van: voor velen zijn de Plintposters en Plintpoëzievoorwerpen geen perifeer verschijnsel naast poëziebundels, maar juist de centrale ingang naar Nederlandstalige poëzie.

Literatuur

ARENSMAN & SOMERS 2000

D.K. Arensman & M. Somers, 'Kwaliteitsgraffiti. Nieuwe wegen voor de poëzie', in: *Het Parool*, 28 januari 2000, 4.

VAN BASTELAERE 2001

D. van Bastelaere, 'Hugo Brems en de hidden agenda van de kleinburgeri', in: idem, *Wuuwhhooosshh. Over poëzie en haar wereldse inbedding*. Nijmegen, 2001, 9-41.

BEELD EN GELUID 1981

Anoniem, 1981 '13:35 Poëzie. Gesprek met twee onderwijzers uit Best over buttons met poëzie', in: AVRO, *Mies*, 1 december 1981.

BERNLEF 1970

J. Bernlef, *Wie A zegt*. Amsterdam, 1970, 29.

BOORSMA 1987

J. Boorsma, 'Publiek loopt weg met stationspoëzie', in: *Nieuwsblad van het Noorden*, 1 mei 1987.

BREMS & DAMS 1987

H. Brems & E. Dams, *Non-book poëzie*. Cahiers over de geschiedenis van de Vlaamse poëzie sinds 1945, 1. Leuven, 1987.

CHASAR 2015

M. Chasar, 'A tongue is a tongue is a tongue. Poetry Magazine Podcast', in: *PoetryMagazine.org*, januari 2015, geraadpleegd 28 juli 2016 op <http://www.poetryfoundation.org/features/audioitem/4894>

COERWINKEL & KETTING 2013

J. Coerwinkel & A. Ketting, *Steden schuilen niet wanneer het regent. 25 jaar Het gedicht is een bericht*. Rotterdam, 2013.

DECKWITZ 2015

E. Deckwitz, 'Wat is het nut van poëzie?', in: *NRC.NEXT*, 20 augustus 2015, geraadpleegd 26 september 2017 op <https://www.nrc.nl/nieuws/2015/08/20/wat-is-het-nut-van-poezie-1524603-a444447>

DCKWITZ 2016

E. Deckwitz, *Olijven moet je leren lezen. Een cursus genieten van poëzie*. Amsterdam/Antwerpen, 2016.

DEKKER 2015

N. Dekker, 'Marc Tritsmans aanrakingen. Troostende gedichten', in: *VPRO.nl*, 11 mei 2015, geraadpleegd 28 juli 2016 op <http://www.vpro.nl/boeken/artikelen/tips/Marc-Tritsmans.html>

VAN DIJK 2004

H. van Dijk, 'Met poëzie aan de muur zorgt de jarige Stichting Plint voor een glimlach in een tijd van angst', in: *Trouw*, 18 december 2004.

VAN DIJK 2013

Y. van Dijk, 'Medium', in: J. Rock, G. Franssen & F. Essink (red.), *Literatuur in de wereld. Handboek moderne letterkunde*. Nijmegen, 2013, 195-223.

DIRKSEN 1996

J. Dirksen, 'Leesbevordering via de wand. In gesprek met Frank Eerhart', in: *Tsjip/Letteren*, 6, 1, 1996, 28-33.

VAN DOMMELEN 2004

B. van Dommelen, 'Plint-posters op maxiformaat in het Europe Parlement', in: *Eindhoven's Dagblad*, 16 september 2004.

DORLEIJN & VAN REES 2006

G.J. Dorleijn & K. van Rees (red.), *De productie van literatuur. Het literaire veld in Nederland 1800-2000*. Nijmegen, 2006.

FEBRUARI 2008

M. Februari, 'Ben ik door mijn eigen stomiteit in een deftige discussie beland', in: *de Volkskrant*, 1 november 2008, 3.

FIERENS & DE BUYSSCHER 2008

A. Fierens & S. De Buyscher, 'De poëzie is dood, leve de poëzie', in: *De Standaard*, 31 januari 2008.

FRUSCH 1989

J. Frusch, 'Posters met gedichten lopen als een trein. Docent Frank Eerhart voorziet in een behoefte', in: *Limburgsch Dagblad*, 13 februari 1989.

HARMENS 2009

E.J. Harmens, 'Gerrit Krol ziet schoorstenen knielen. Poëzie', in: *Trouw*, 12 september 2009, 86.

HEYTZE 2007

I. Heytze, 'Een dichter nodig', in: *NRC Handelsblad*, 6 juli 2007.

VAN HOOIJDONK 2013

M. van Hooijdonk (sam.), *Lees maar lang en wees gelukkig. De 500 mooiste, beste, fijnste gedichten & beelden van Plint (tot nu toe)*. Eindhoven, 2013.

HORKHEIMER & ADORNO 2006

M. Horkheimer & T.W. Adorno, 'Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug', in: idem, *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*. Frankfurt am Main, 2006 [1947], 128-176.

- DE KLERCK 2000
H. de Klerck, 'Ilja Leonard Pfeijffer: "Bij voorlezen kan niets mis gaan"', in: *de Volkskrant*, 9 maart 2000.
- KNACK 2013
Anoniem, 'Omzet poëzieverkoop sinds 2007 gehalveerd', in: *Knack*, 30 januari 2013.
- VAN DER LAND 2015
W. van der Land, 'Poëzie en beeld (5): de poëzieposters van Plint', in: *Kostro.nl*, 15 januari 2015, geraadpleegd 28 juli 2016 op <http://www.kostro.nl/poezie-en-beeld-5-de-poezieposters-van-plint/>
- LANGELAAN 1992
M. Langelaan, 'Dichters aan de muur', in: *NRC Handelsblad*, 29 oktober 1992.
- LEESMONITOR.NU Z.J.
Anoniem, 'Wie lezen er?', in: *Leesmonitor.nu*, [datum onbekend], geraadpleegd 28 juli 2016 op <http://www.leesmonitor.nu/wie-lezen-er>
- MEI ARCHITECTS Z.J.
Anoniem, 'Woontoren "De Verkenner". Poortwachter voor Kanaleneiland', in: *Mei-Arch.eu*, geraadpleegd 28 juli 2016 op <http://mei-arch.eu/projecten-archief/woningbouwcomplex-kanaleneiland/>
- MESMAN 2009
L. Mesman, 'Plint doet mooie dingen', commentaar bij 'Jubileumposters Plint', in: *NationaleBoekenblog.nl*, 16 september 2009, geraadpleegd 28 juli 2016 op <http://www.nationaleboekenblog.nl/nieuws/jubileumposters-plint/>
- NRC 1986
Anoniem, 'Plint op stations', in: *NRC Handelsblad*, 1 juli 1986.
- PEPPELENBOS 2012
C. Peppelenbos, 'Bond tegen het centreren van poëzie (3)', in: *CoenPeppelenbos.blogspot.com*, 1 mei 2012, geraadpleegd 28 juli 2016 op <http://coenpeppelenbos.blogspot.nl/2012/05/bond-tegen-het-centreren-van-poezie-3.html>
- PFEIJFFER 2000
I.L. Pfeijffer, 'De mythe van de verstaanbaarheid', in: *Bzzletin*, 30, 274, 2000, 74-87.
- PLINT Z.J.
Anoniem, 'Voor fijnproevers', in: *Plint.nl*, geraadpleegd 10 februari 2017 op <http://www.plint.nl/over-plint/>.
- REYNIERS & VAN PERRE 1990
J. Reyniers & E. van Perre, "'De visie van Brems op poëzie is kleinburgerlijk". Dirk van Bastelaere en Saint-Amour', in: *Veto*, 16, 19, 12 februari 1990, 7.
- DE RIDDER 2014
M. de Ridder, *Behoud de Begeerte. Een literaire geschiedenis 1984-2014*. Antwerpen, 2014.
- RIJGHARD 2004
R. Rijghard, 'Poëzie om te kussen', in: *NRC Handelsblad*, 26 november 2004.
- RIJGHARD 2007
R. Rijghard, 'Ik heb een dichter nodig', in: *NRC Handelsblad*, 29 juni 2007.
- SALEMANS 2010
B. Salemans, 'Poëzie razend populair, maar bijna niemand koopt het', in: *Taalschrift.org*, 22 januari 2010, geraadpleegd 28 juli 2016 op <http://taalschrift.org/reportage/005444.html>

SEGERS 1970

G. Segers, '17 notities over het Nieuw Realisme', in: *Revolver*, 3, 1, 1970, notitie 11.

VAN DER STARRE 2014

K. van der Starre, "'We hebben toch een stem die we graag willen laten klinken?'" Poëzie op het podium sinds *Poëzie in Carré*, in: *Ons Erfdeel*, 3, 2014, 22-31.

VAN DER STARRE 2017

K. van der Starre, *Poëzie in Nederland. Een onderzoek naar hoe vaak en op welke manieren volwassenen in Nederland in aanraking komen met poëzie*. Amsterdam, 2017, geraadpleegd 26 september 2017 op <https://www.lezen.nl/publicaties/poezie-in-nederland>

VANCRAEYNEST 2002

B. Vancraeynest, 'Poëzie op kar en zak. Tom Lanoye tot Guido Gezelle mee met het Kortrijks huisvuil', in: *Het Nieuwsblad*, 29 april 2002, geraadpleegd 28 juli 2016 op http://www.nieuwsblad.be/cnt/nbra29042002_026.

VANDE VEN 1995

J. van de Ven, 'Stichting Plint zet vijftienjarig bestaan luister bij – Migrantenpoëzie op 600 perrons', in: *Eindhovens Dagblad*, 22 juli 1995, 21.

WITTE & SCHOLTZ 2015

E. Witte & A. Scholtz, 'Rapportage boekenbranche meting 33. Tweede reguliere meting van 2015 naar het kopen, lezen en lenen van boeken', in: *Koninklijke Vereniging van het Boekenvak & GfK*, geraadpleegd 28 juli 2016 op <http://kvbboekwerk.nl/wp-content/uploads/sites/24/2017/03/2015-M33-rapportage-regulier.pdf>

VAN WOERKOM 1993

M. van Woerkom, "'Ook een gedicht is maar een mens". In gesprek met T. van Deel', in: *Tsjip/Letteren*, 3, 3, 1993, 6-15.

VAN ZUTHEM 2009

C. van Zuthem, 'Slapen op een sonnet', in: *BN/De Stem*, 30 november 2009.

Brochures [in Plintarchieff]

Plintbrochure 2005, 2009 en 2015.

Bijlage 1

De enquête bestond uit onderstaande vragen. De vragen met * zijn in overleg toegevoegd door Stichting Plint.

1. Hoe vaak heb je (ongeveer) een product van Plint gekocht in je leven? [open; verplicht]
2. Wanneer je een product van Plint koopt, hoe vaak is dat dan voor iemand anders? [meerkeuze; verplicht]
3. Hoe vaak heb je (ongeveer) een Plintproduct cadeau gekregen in je leven? [open; verplicht]
4. Hingen er vroeger (of: hangen er nu) posters van Plint bij jou op school? [ja/nee; verplicht]
5. * Ontvang je de papieren brochure van Plint? [ja/nee; verplicht]
6. * Zou je de papieren brochure van Plint per post willen ontvangen? [open; optioneel]
7. * Zou je de digitale brochure van Plint per mail willen ontvangen? [open; optioneel]
8. Heb je wel eens contact gezocht met Plint over een gedicht? [ja/nee; verplicht]
9. Om welke reden heb je wel eens contact gezocht met Plint over een gedicht? [open; optioneel]
10. Wat is jouw lievelingsproduct van Plint? [open; optioneel]
11. Welk cijfer geef jij de collectie van Plint als geheel? [1-10; verplicht]
12. Hoe belangrijk vind je het welk gedicht op een product van Plint staat? [1-10; verplicht]
13. Hoe belangrijk vind je het van welke dichter het gedicht is op een product van Plint? [1-10; verplicht]
14. Hoe belangrijk vind je het welk beeld bij het gedicht staat? [1-10; verplicht]
15. Hoe belangrijk vind je het dat de inhoud van het gedicht verband houdt met het voorwerp waar het gedicht op staat? [1-10; verplicht]
16. Hoe belangrijk vind je het dat het gedicht op een product van Plint je raakt? [1-10; verplicht]
17. Hoe belangrijk vind je het dat het gedicht op een product van Plint je vermaakt? [1-10; verplicht]
18. Hoe belangrijk vind je het dat het gedicht op een product van Plint je aan het denken zet? [1-10; verplicht]
19. Hoe belangrijk vind je het dat je het gedicht op een product van Plint begrijpt? [1-10; verplicht]
20. Zijn we nog andere belangrijke redenen vergeten waarom jij producten van Plint waardeert? [open; optioneel]
21. Welk gedicht zou je graag nog op een product van Plint zien? [open; optioneel]
22. Welke dichter zou je graag nog op een product van Plint zien? [open; optioneel]
23. Welk voorwerp zou je graag nog in de collectie van Plint zien? [open; optioneel]
24. * Ken je DADA, 'het kunsttijdschrift voor kinderen van 6 tot 106'? [ja/nee; verplicht]
25. * Heb je DADA wel eens gelezen? [meerkeuze; verplicht]

26. * Zou je een proefnummer van DADA willen ontvangen? [open; optioneel]
27. Heb je een bibliotheekpas? [ja/nee; verplicht]
28. Ben je lid van een leesclub/boekenclub? [ja/nee; verplicht]
29. Hoe vaak lees je (delen van) een krant of tijdschrift? [meerkeuze; verplicht]
30. Hoe vaak lees je (delen van) een roman? [meerkeuze; verplicht]
31. Hoe vaak lees je (delen van) een poëziebundel? [meerkeuze; verplicht]
32. Wat is voor jou de belangrijkste reden om een poëziebundel te lezen? [meerkeuze; verplicht]
33. Kan je een poëziebundel of dichter noemen die je goed vindt? [open; optioneel]
34. Kan je een poëziebundel of dichter noemen die je slecht vindt? [open; optioneel]
35. Hoe vaak bezoek je een literair evenement? [meerkeuze; verplicht]
36. Hoe vaak lees je poëzie op het internet? [meerkeuze; verplicht]
37. Schrijf je zelf wel eens poëzie? [meerkeuze; verplicht]
38. Gender: [meerkeuze; verplicht]
39. Leeftijd: [open; verplicht]
40. Waar woon je? [meerkeuze; verplicht]
41. Wat is jouw moedertaal? [meerkeuze; verplicht]
42. Wat is de moedertaal van je moeder? [meerkeuze; verplicht]
43. Wat is de moedertaal van je vader? [meerkeuze; verplicht]
44. Wat is jouw hoogst afgeronde opleiding? [meerkeuze; verplicht]
45. Wil je nog iets kwijt over dit onderzoek? [open; optioneel]
46. * Als je kans wilt maken op een Plintprijzenpakket, vul dan hier je e-mailadres in. [open; optioneel]

Bijlage 2

De antwoorden op de open vraag (optioneel: ‘Zijn we nog andere belangrijke redenen vergeten waarom jij producten van Plint waardeert?’ (n = 302)) heb ik van 22 labels voorzien. Per antwoord werden minimaal één en maximaal vijf labels toegekend.

1. **vormgeving** (n = 185): opmerkingen over de vormgeving van Plintproducten, bijvoorbeeld ‘Geweldige vormgeving’, ‘Zien er prachtig uit’, ‘De complete vormgeving vind ik belangrijk’.
2. **origineel** (n = 152): opmerkingen over de originaliteit van Plintproducten, bijvoorbeeld ‘Originaliteit’, ‘Uniek, anders dan andere producten’, ‘Nét even wat anders dan anders’.
3. **poëzie** (n = 95): opmerkingen waarbij de poëzie centraal staat, bijvoorbeeld ‘[H]et is een mooie manier om mijn liefde voor poëzie te delen met anderen’, ‘Zonder poëzie is het leven dor’, ‘[V]erspreiding poëzie’, ‘Het zet de poëzie op de kaart’, ‘[D]at er zo meer aandacht komt voor poëzie in het algemeen’.
4. **emotie** (n = 83): opmerkingen waarbij de emotie centraal staat die Plintproducten oproepen, bijvoorbeeld ‘Dat je er blij van wordt’, ‘[P]lint troost, verblijdt’, ‘Het maakt me blij, en het is troostend, het laat me ervaren dat het leven mooi en ontroerend is’.

5. **overig** (n = 74): opmerkingen die buiten de andere labels vallen, bijvoorbeeld 'Gewoon gezellig', 'Rare vraag', 'Frisheid', 'Bijna alle producten vind ik geweldig!!'.
6. **leven** (n = 67): opmerkingen over de plaats van Plint in het leven of het effect van Plint op het leven, bijvoorbeeld 'Ze brengen gedichten in je dagelijks leven zonder dat je ernaar op zoek hoeft', 'Het brengt poëzie dichterbij, in het leven van alledag', '[P]oëzie als vanzelfsprekend onderdeel van het dagelijkse leven'.
7. **cadeau** (n = 66): opmerkingen over Plintproducten als cadeau voor iemand anders, bijvoorbeeld '[P]assende producten als cadeautjes in lief en leed', '[G]even van een cadeau met een persoonlijke boodschap', 'Een passend geschenk waarin je een gevoel kunt overbrengen naar de ander'.
8. **toegankelijk** (n = 54): opmerkingen over de manier waarop Plint poëzie toegankelijk maakt, bijvoorbeeld 'Plint maakt poëzie toegankelijk', 'Laagdrempelig en zonder concessies verspreiden van poëzie!', 'Poëzie is zo belangrijk, plint laat zien dat het voor iedereen begrijpelijk is'.
9. **combinatie** (n = 48): opmerkingen over de combinatie tussen tekst en beeld bij Plintproducten, bijvoorbeeld 'De combinatie van een gedicht met een mooie vormgeving/afbeelding', '[D]e combinatie van tekst en beeld – dat die elkaar versterken', 'De goed gevonden speelse combinatie van tekst en beeld'.
10. **kwaliteit** (n = 45): opmerkingen over de kwaliteit van Plintproducten en het gebruikte materiaal, bijvoorbeeld '[K]waliteit van het product', 'Ze zijn qua vormgeving en materiaal mooi én van goede kwaliteit', 'Het product is zelf van goede kwaliteit: stevig papier, goede kwaliteit aardewerk, textielsoort, enz.'
11. **onderwijs** (n = 24): opmerkingen over het gebruik van Plintproducten in het onderwijs, bijvoorbeeld 'Goed toepasbaar in onderwijssituaties', '[G]ebruik ze graag in vreemdetaalonderwijs', 'Mijn klaslokaal wordt er door opgefleurd', 'Mijn leerlingen worden erdoor geprikkeld'.
12. **taal** (n = 17): opmerkingen over taal in het algemeen of de Nederlandse taal in het bijzonder, bijvoorbeeld '[H]et betreft mensen weer meer bij taal', '[H]et uitdragen van liefde voor de Nederlandse taal', 'De schoonheid van de Nederlandse taal kan bijna niet duidelijker overgebracht worden'.
13. **denken** (n = 16): opmerkingen over Plintproducten die aan het denken zetten, bijvoorbeeld 'Even je gedachten verzetten', 'Ze zetten je, vaak onverwacht, even aan het denken', 'Laten zien dat we poëzie nodig hebben als spiegel, om de wereld beter te begrijpen, om uitgedaagd te worden na te denken en om (iets) anders te denken'.
14. **huis** (n = 14): opmerkingen over Plintproducten als onderdeel van het huis of het interieur, bijvoorbeeld 'Het zijn mooie blikvangers in je huis', '[H]et is fijn om gedichten ook in huis tuin en keuken om je heen te hebben', 'Aanvulling op het interieur'.
15. **eerlijk** (n = 13): opmerkingen over de eerlijkheid en duurzaamheid van Plintproducten, bijvoorbeeld '[E]erlijke materialen', 'Duurzame productie', '[Z]onder kinderarbeid', '[V]aak in Europese landen geproduceerd, dus geen lage lonen beleid!'
16. **humor** (n = 12): opmerkingen over de humor van Plintproducten, bijvoorbeeld '[S]oms grappig gedicht', 'Humor. Speelsheid. De glimlach', '[D]e onderhuidse tongue in the cheek humor'.
17. **diversiteit** (n = 12): opmerkingen over de variatie en diversiteit van de Plintcollectie, bijvoorbeeld 'Gevarieerd aanbod (in gedichten, sommige uitgevers geven

- één stroming uit, Plint niet)', '[D]iversiteit in het aanbod (gekozen gedichten) waardoor je voor elke gelegenheid een passend cadeau kunt vinden',
18. **prijs** (n = 9): opmerkingen over de prijs en de prijs-kwaliteit-verhouding van Plintproducten, bijvoorbeeld '[N]iet te duur!', '[G]oede prijs kwaliteit verhouding', '[B]etaalbaarheid'.
 19. **voorwerp** (n = 7): opmerkingen over de gebruiksvorwerpen waar Plint poëzie op plaatst, bijvoorbeeld 'Praktisch bruikbaar', 'Ook het praktisch nut van het voorwerp telt'.
 20. **beeld** (N= 5): opmerkingen over de beelden of illustraties op Plintproducten, bijvoorbeeld 'Het gebruikte beeld is met zorg uit gezocht', '[H]et is een mooie manier om "ouderwetse" beelden, zoals tekeningen, grafiek en schilderijen vorm te geven en te verspreiden in de hedendaagse cultuur'. + **alles** (n = 5): opmerkingen over de combinatie van alle aspecten van Plintproducten, bijvoorbeeld '[H]et totaalplaatje dat Plint ervan maakt', 'Complete plaatje is keer op keer geweldig!'.
 21. **contact** (n = 4), opmerkingen over de manier waarop Plintproducten tot een gesprek kunnen leiden, bijvoorbeeld 'Gedichten op kleding, tafel, wand nodigen uit tot gesprek', 'Plint levert altijd stof voor goede gesprekken :)', 'Een van de raamposters is naar de straat gericht, op die manier hebben we ook leuke gesprekken n.a.v. de posters met mensen die voorbij komen of uit de buurt. Erg leuk. Plint verbindt!'.