

Koch werd steeds meer een plotbouwer en gunde zijn boeken een groter publiek

■ **Kluun: *Haantjes***. Podium, 192 blz. € 17,50
■ **Herman Koch: *Zomerhuis met zwembad***. Anthos, 382 blz. € 20,95

Komt een man bij de dokter. Zegt de man: Ik heb gehoord dat u soepel bent met pilletjes. Zegt de dokter: dat klopt. Anderhalf jaar later is de man dood en moet de dokter zich verantwoorden voor het medisch tuchtcollege.

Niet ver daarvandaan in dezelfde stad laten twee ambitieuze reclamemakers zich verleiden tot een groot commercieel project: de verkoop van een kolossale hoeveelheid vlaggen, petjes en fluitjes bij de Gay Games. Het project dreigt op een fiasco uit te lopen, een van de mannen moet zich verantwoorden bij zijn vrouw.

In de literaire wandelgangen heten ze K2, de strijders in het grote bestsellerduel. Oplagen van de eerste druk, deze week: 80.000 (Kluun) tegen 100.000 (Koch) exemplaren. Je bent geneigd te denken dat K2 alleen in commerciële zin een twee-eenheid vormt, de auteurs komen immers uit verschillende werelden: Koch uit die van de Kunst, Kluun uit die van de Kitsch.

Dat ze van verschillende plaatsen komen is waar, maar ze bewegen snel naar elkaar toe. Koch is begonnen als gewaardeerd maar niet uitzonderlijk goed verkopende auteur uit de Reveschool: vooral iets voor de Vpro-leden die hem kenden van *Jiskefet* of mensen die zelf op het Montessori (bij Koch: Montanelli) Lyceum in Amsterdam hadden gezeten. Koch werd steeds meer een plotbouwer en meende dat zijn boeken een groter publiek verdienden, wisselde van uitgever en kreeg twee jaar geleden met *Het diner* donderend gelijk.

Kluun verwierf zich met *Komt een vrouw bij de dokter* een iconische positie als veelverkoper én als kop van Jut voor iedereen die meende de hogere kunsten te vertegenwoordigen; want, God, wat was dat een rotzooi. Per druk groeide de weerzin, tot aan het miljoenste exemplaar toe. Maar terwijl Koch niet tevreden was met louter literaire status, neemt Kluun geen

genoegen met uitsluitend commercieel succes. In interviews vergelijkt hij zich graag met auteurs als Van der Heijden, Grunberg, Wieringa en Wolters – steeds in alle bescheidenheid, want Kluun zal nooit nalaten te vermelden dat zij dingen kunnen die hij niet kan. Hij heeft niet de pretentie even literair te zijn, maar wil de erkenning omdat er geen principieel verschil is tussen zijn schrijverij en dat van de kanonnen; voor Kluun is er slechts een graadueel verschil.

Ook inhoudelijk hebben de nieuwe romans van K2 behoorlijk wat gemeen. Het zijn mannenboeken over het mannenbestaan. We zien twee boeken waarin de 21ste-eeuwse man balanceert tussen wat echt is en wat namaak, zich afvragen of hij bier of

Deze week begint het literaire voorjaar met de gelijktijdige lancering van K2: de nieuwe romans van de bestsellerkanonnen Kluun en Herman Koch.

ARJEN FORTUIN over een commerciële auteur die meer erkenning wil en een oud-Reviaan die zijn publiek in het achterhoofd houdt.

champagne moet drinken, delibereren over wanneer zijn bestaan succesvol genoeg is en een evenwicht zoeken tussen huwelijksleven en libido, tussen agressieve opwellingen en beschaafde conversatie. Mogen wij nog haantjes zijn?

Daarbij maken beide schrijvers in hun romans dezelfde keuze: de man moet zijn natuurlijke staat terugvinden, of wat hij als zijn natuurlijke staat beschouwt. Daarin wil hij erkenning voor zijn impulsen (drink, onverantwoord zakendoen, de vrouw van een ander), maar hij wil ook in toom gehouden worden. Belangrijker is nog dat elke vorm van theater en dikdoenerij afwezig blijft, valse eigendunk moet worden uitgebannen. Bij Kluun wordt de authenticiteit be-



Kluun knipoogt in zijn nieuwe roman naar Elsschot, maar dat maakt hem niet Elsschottiaans

Tekening Martien Bos

vochten door mannelijke zelfspot, bij Koch door de frontale aanval. We willen een Marlboro-man zijn, maar zonder camera's.

Kluun plaatst zich met *Haantjes* vrolijk in een literaire traditie door het boek te modelleren naar een van de allergrootste romans uit de Nederlandse literatuurgeschiedenis: *Kaas* van Willem Elsschot. En om te voorkomen dat dat onopgemerkt zou blijven laat hij tegen het eind van het boek een stuk volvette Edammer in een picknicktas verdwijnen en meldt hij in het nawoord waar hij een Elsschotcitaatje had verstoppt. 'Maar dat had u vast al door' voegt hij daar plagerig aan toe. Ik niet, maar het is vooral de verhaallijn die *Haantjes* tot een eigentijdse bewerking van *Kaas* maakt.

In het begin van de roman ontmoeten de reclamemakers Stijn (inderdaad, dezelfde als uit KEVBDD, zoals dat boek op twitter heet) en Frenk een archetypische Amsterdamse nicht, Charles. De stad staat aan de vooravond van de Gay Games van 1998 en deze Charles verleidt de jongens van het bureau Merk in Uitvoering tot de productie en verkoop van vlaggen, petjes en andere parafernalia onder de noemer Gay Flags, waarbij de kleur rood in de verschillende landenvlaggen is vervangen door roze.

Zoals Frans Laarmans binnen de kortste keren zit opgescheept met een pakhuis vol volvette edammer, zo wordt het kantoor van Merk in Uitvoering onbegaanbaar door de kartonnen dozen. En waar Frans Laarmans zich verloor in theorieën en omtrekkende bewegingen, zijn Stijn en Frenk ook behendiger met de *spreadsheet* dan in de daadwerkelijke verkoop. Die krijgt alleen een impulsje als hun familieleden zich ermee bemoeien, ook al een kopie van *Kaas*.

Voor de goede orde: dat maakt Kluuns roman nog niet Elsschottiaans. Want Stijn van Diepen is een intelligente verteller vol ironie, een man die weet hoe de wereld in elkaar zit, voor wie Gay Flags geen zaak van leven of dood is, maar

Vervolg op pagina 2