

‘LEUK OM JE NAAM OP EEN KAFT TE HEBBEN’

Ieder jaar worden in Nederland honderden nieuwe managementboeken uitgegeven. Het is een mooie manier voor coaches en adviseurs om hun gedachtengoed voor het voetlicht te brengen.

Ze dragen titels als ‘Het geheim van de trainer toolbox’ en ‘De zeven stappen van effectief leiderschap’, of ‘50 werkvormen voor creatieve sessies’. Er zijn duizenden Nederlandstalige managementboeken op de markt, en ieder jaar komen er meer bij. Toen Philip van Coevorden, één van de directeurs van internetboekwinkel Managementboek.nl zestien jaar geleden met zijn webwinkel begon, twijfelde hij nog even: zou die grote aanwas over de jaren verdwijnen? Het antwoord is nee, zegt hij nu. “Per jaar verschijnen in Nederland zo’n 1000 nieuwe managementboeken. Na aftrek van het aantal vertaalde boeken en herziene edities, blijven circa 600 nieuwe, door Nederlanders geschreven boeken over. Dat is al jaren zo.”

Afgelopen donderdag reikte de internetboekwinkel op het Managementboekgala de prijs uit voor het Managementboek van het Jaar. Dit jaar won ‘Connect!’, een boek van Menno Lanting, die beschrijft hoe bedrijven sociale netwerken kunnen gebruiken. Vorig jaar was het ‘Inkoop – een nieuw paradigma’, een boek dat ‘inkoop uit haar functionele isolement wil halen en tot een volwaardige partners in business wil laten uitgroeien’. Andere jaren viel onder andere een boek in de prijzen over ‘leidinggeven aan professionals’, een biografie van Anton Philips, een journalistieke beschrijving van het ‘drama Ahold’, en een boek met tips over hoe je een ‘rat’ op de werkvloer wordt. De verscheidenheid is zo groot, omdat – anders dan de naam doet vermoeden – managementboeken niet louter voor managers zijn bedoeld, maar voor alle werkende mensen, legt Van Coevorden uit. Per jaar worden in Nederland volgens hem drie tot vier miljoen van dit soort boeken verkocht.

Waarom zou je het zoveelste managementboek willen schrijven? Voor het geld hoef je het alvast niet te doen, weet Rudy Kor. Hij is organisatieadviseur en dit jaar juryvoorzitter van de Managementboekverkiezing. Zelf heeft hij negen managementboeken op zijn naam staan. “Van een gemiddeld managementboek worden 2000 tot 3000 exemplaren verkocht. Als schrijver krijg je daar circa twee of drie euro voor per verkocht exemplaar. Omgerekend naar het aantal uren arbeid, krijgt een werkster nog meer betaald.”

GERCO RIETVELD

strategist

Gerco Rietveld, de auteur van de winnaar van vorig jaar, schreef zijn boek omdat hij na jarenlange ervaring in het inkoopvak de behoefte voelde zijn kennis met de wereld te delen. Rietveld is zelfstandig strategist, hij adviseert organisaties. “Ik heb veel bedrijven van binnen gezien en daardoor een goed beeld van de manier waarop met inkoop wordt omgegaan. Het zou zonde zijn als ik al die inzichten voor mezelf zou houden”, vindt hij. Zijn boek heeft dan ook een duidelijke boodschap, zegt hij. “Ik reken af met kostenbesparing op inkoop. Je moet een leverancier selecteren op zijn kwaliteiten, niet op zijn kosten.”

Managementboeken worden wel eens omschreven als een ‘dik visitekaartje’. Van Coevorden vindt die typering ‘wat flauw’, de meeste managementboeken zijn volgens hem meer dan dat. “Maar het is een goed instrument om je gedachtegoed voor het voetlicht te brengen”, zegt hij. “Een boek schrijven past in het palet aan activiteiten van adviseurs, trainers en coaches. Ze doen adviesklussen, geven lezingen en workshops, hebben een website en schrijven eens een boek. Al die activiteiten versterken elkaar.”

Veel managementboeken zijn dan ook praktisch van aard, zegt juryvoorzitter Rudy Kor. “Ze worden voornamelijk gelezen door managers in nood. Een leidinggevende moet bijvoorbeeld ineens een ‘POP’ maken, een zogenaamd persoonlijk ontwikkelingsplan. ‘Hoe zat dat ook al weer?’, vraagt hij zich af. Hij koopt online een boek over dat onderwerp, bladert er in en haalt er wat tips uit.”

Rob van Es merkt dat zijn boek geregeld op heel praktische wijze wordt gebruikt. “Laatst stuurde iemand mij een rapport van een gemeente die aan de hand van mijn model een analyse had gemaakt.” Twee jaar geleden won Van Es de Managementboekverkiezing met ‘De veranderdiagnose’. Het boek is het resultaat van jarenlang onderzoek naar de manier waarop organisaties zichzelf beschouwen. In het boek leert Van Es de lezer waarnemen aan de hand van kunstwerken. Veel verandertrajecten mislukken volgens hem namelijk doordat men niet genoeg waarneemt. Daarom ontwikkelde hij een ‘diagnose-instrument’. Van Es schrijft zijn boeken om een doelgroep te bedienen, zegt hij. Als consultant traint hij managers en specialisten in communicatie, ethiek en strategie. Ook geeft hij les aan de Universiteit van Amsterdam. Zijn boeken – hij heeft er zeven op zijn naam staan – gebruikt hij bij zijn colleges en trainingen. Regelmatig wordt hij naar aanleiding van zijn boek uitgenodigd door bedrijven om wat meer over zijn diagnose-instrument te vertellen.

GERCO RIETVELD

strategist

Wie echt veranderingen in zijn organisatie of werkmethode wil doorvoeren, heeft aan een managementboek waarschijnlijk niet genoeg, denkt Rietveld. “Een managementboek kan nieuwe inzichten brengen, maar die moet je dan wel weten toe te passen. Daar heb je vaak ook een training voor nodig.” Rietveld merkt dat hij vaker wordt uitgenodigd, naarmate er meer exemplaren van zijn boek zijn verkocht. Inmiddels staat de teller op 3500 verkochte exemplaren. “Het is net als met een kookboek: als je dat gelezen hebt, wil dat niet zeggen dat je kunt koken. Mensen die met de inkoopstrategie uit mijn boek aan de slag willen, vragen of ik hen wil coachen of een workshop wil geven. Dat begint nu echt goed te lopen. Vorig jaar heb ik wel vijftig presentaties gehouden.”

Uiteindelijk schrijf je een managementboek voornamelijk voor jezelf, zegt juryvoorzitter Kor. “Je moet het alleen doen als je het leuk vindt. Sommige mensen houden van bridgen, ik schrijf graag managementboeken. Het geeft mij voldoening om die puzzel op te lossen waarin al je eigen kennis bij elkaar komt.” Bijkomend voordeel is dat je door het schrijven je ideeën aanscherpt, vindt ook Rietveld. “Alles wat je denkt te weten, wordt pas echt helder als je het opschrijft.”

Het schrijven van een boek komt ook tegemoet aan je ijdelheid, geven beiden toe. Kor: “Het is leuk om je naam op een kaft te hebben. Ik denk dat het bij sommige groepen ook prestige oplevert. Ik vind het een pluspunt als iemand een boek heeft geschreven. Het bewijst dat hij langere tijd ergens over heeft nagedacht.”

Trouw

Catrien Spijkerman

19 maart 2011