

Managementboekengala en Managementboek van het Jaar 2014

18 april 2014 | Hans van der Klis | Interview



[Zakendoen in de nieuwe economie](#) van Marga Hoek, algemeen directeur van het platform voor duurzaam ondernemen De Groene Zaak, is uitgeroepen tot Managementboek van het Jaar 2014. Het is een boek dat met twee benen in de nieuwe realiteit van ons maatschappelijk-economisch bestel staat en dat daar het meest complete beeld van geeft, zei Frank Kwakman, voorzitter van de jury, bij de uitreiking van de trofee.

Marga Hoek was buitengewoon vereerd en blij met de titel Managementboek van het Jaar 2014, zei ze in haar dankwoord. Niet alleen omdat ze haar inspanningen bekroond zag, maar vooral ook omdat ze de prijs als erkenning beschouwt voor het belang van het onderwerp. ‘Al vierenhalf jaar ben ik dagelijks bezig met De Groene Zaak om duurzaamheid op de agenda te krijgen en mensen te stimuleren ermee aan het werk te gaan: ondernemers, wetenschappers en politici.’ Hoewel [Zakendoen in de nieuwe economie](#) onder haar naam is verschenen, past haar enige bescheidenheid, verzekerde Hoek. Dat heeft te maken met de wordingsgeschiedenis van het boek: *Zakendoen in de nieuwe economie* is voortgekomen uit haar visie, maar voor de inhoud heeft ze een beroep gedaan op de kennis van meer dan 200 mensen uit alle geledingen van de maatschappij die hun ideeën en kennis hebben aangeleverd. Ruim twintig wetenschappers hebben hun expertise ter beschikking gesteld om de hoofdstukken die te maken hebben met hun specialisme door te vlooiën op onvolkomenheden en zonder haar eigen redacteur, Felix de Fijter, was het boek nooit tot stand gekomen. ‘Dit boek is het resultaat van onze inspanningen, maar ik beschouw het tegelijkertijd ook als een begin: we werken op dit moment aan een global editie waarvoor we de inhoud gaan aanpassen aan de internationale markt’, zei Hoek. ‘Het is de bedoeling dat er ook een Engelstalige en een Spaanstalige editie gaan verschijnen.’

Nieuwe moed

De bekroning van *Zakendoen in de nieuwe economie* was de apotheose van het 11e Managementboekengala, op 17 april in een volle Rode Hoed in Amsterdam. Zoals gebruikelijk verzorgden de acteurs van Troje het omliggende programma: met een aanstekelijk improvisatieprogramma presenteerden Alieke van Wijk, Henk van der Steen en hun compagnons de vijf genomineerde titels. Deze keer kozen zij voor een raamvertelling over de uitgebluste manager Menno van Velzen: Manager van het Jaar in 1998 en 1999, maar door de opeenvolgende crises van de laatste vijftien jaar de weg kwijtgeraakt. Hoe toepasselijk dat hij nieuwe moed weet te putten uit de vijf kanshebbers. De zaal mocht roepen

en de acteurs sprongen erop in: het leverde hilarische scènes op, die geen enkel boek tekort deden. Het is knap wanneer je een zaal drie cijfers tussen de 0 en 324 laat noemen en vervolgens Marga Hoek weet te verleiden de essentie van Zakendoen in de nieuwe economie uit de doeken te doen aan de hand van een willekeurig citaat van de desbetreffende pagina uit haar boek. Zo had Troje voor elke genomineerde een andere scène voorbereid: geestig en doeltreffend.

Geen klassieke thema's

Het theater vormde de opmaat tot het optreden van Frank Kwakman, voorzitter van de jury die dit jaar 290 boeken te beoordelen kreeg en daarvoor in totaal een slordige 45.000 pagina's heeft doorgewerkt. Dat was niet altijd gemakkelijk: de jury – die behalve uit Kwakman zelf bestond uit Mabel Nummerdor, Mireille Schrijnemakers, Maurits Bruel, Maurits Verweij en Bertrand Weegenaar – signaleerde dit jaar veel boeken met losse verhalen, cases of interviews zonder verbindend concept, analyse of kernboodschap. Sommige boeken deden de jury eerder denken aan een plaatjesboek, pamflet of brochure dan aan een managementboek. Andere boeken, vooral die over actuele thema's als big data, talentmanagement of neuromarketing, bleken nog onvoldoende uitgewerkt.

Dat neemt niet weg dat er meer dan voldoende positieve uitzonderingen waren, waaronder natuurlijk de vijf genomineerden. Dit jaar koos de jury niet voor klassieke thema's als organisatieverandering, strategie en ontwerp of verbetermanagement, maar juist voor boeken die op een heel persoonlijk niveau impact proberen te hebben op het denken en handelen van bestuurders, leidinggevend en professionals, vertelde Kwakman. De rode draad, die in elk geval gold voor vier van de vijf titels: '[Ze] staan met twee benen in de nieuwe realiteit van ons maatschappelijk-economisch bestel en getuigen van een tijdgeest waarin economie en finance hand in hand gaan met nieuwe waardegedreven oriëntaties', aldus het juryrapport. Dat geldt voor [Reclame. Dood of levend](#) van [Fons van Dyck](#), [No Way](#) van de Vlaamse auteur Bruno Rouffaer, [Van Cijfers naar Waarden](#) van Kees Tillema en de winnaar, [Zakendoen in de nieuwe economie](#) van Marga Hoek. Alleen het boek [Versimpelen](#) van Jan-Peter Bogers onttrekt zich aan deze indeling.

Ondernemender dan ooit

De jury beoordeelde de boeken op hun actualiteit, originaliteit, toepasbaarheid, leesbaarheid, bestendigheid en onderbouwing. 'Wanneer je punten zou toekennen voor welke titel het best scoorde op elk van deze onderwerpen, kom je uit bij het boek van Marga Hoek', zei Frank Kwakman. 'Het is een boek dat voorop gaat in de nieuwe realiteit, tegelijk conceptueel en praktijkgericht is, een breed lezerspubliek uitdaagt nieuwe wegen in te slaan en bovendien uitnodigend is vormgegeven.'

Lovende woorden, die door Hoek in dank werden aanvaard. In de bekroning zag ze een bevestiging van de keuzes die zij heeft gemaakt. 'Ik heb dit boek geschreven omdat er weliswaar veel voorbeelden zijn van succesvolle projecten op het gebied van duurzaamheid, maar het ontbrak tot nu toe aan een samenhangend geheel. En zo'n referentiekader hebben wij juist zo hard nodig. Er bestaat veel kennis en inzicht in hoe je radicaal kunt vernieuwen, maar er ontbrak tot nu toe een boek met praktische handvatten en instrumenten.'

De basis van [Zakendoen in de nieuwe economie](#) wordt gevormd door Hoeks eigen visie, maar om een nieuw en coherent beeld van duurzaamheid te kunnen bieden, was ze ook afhankelijk

van de kennis en de inzichten van anderen. ‘Alle dingen die ontbraken, hebben we uitgezet in de crowd: we hebben open vragen geformuleerd, maar ook om specifieke cases gevraagd. Met de research, die wij deels door internationale studenten hebben laten uitvoeren, zijn wij anderhalf jaar bezig geweest.’

‘Die werkwijze is de nieuwe economie: we hebben het ontwikkeld in samenwerking met alle stakeholders. We hebben gebruik gemaakt van de crowd, per onderwerp hebben we steun gehad van de beste wetenschappers en we hebben ook kinderen naar hun ideeën gevraagd. Die brede samenwerking heeft ons enorm veel opgeleverd. Ik heb het boek ingedeeld in zeven klassieke vensters: financiering, value cycle oftewel de voormalige supply chain, klanten, schaalgrootte, innovatie, leiderschap en business cases. En bij elk venster hebben we enorm veel nieuwe inzichten verzameld. Dat is misschien wel de grootste verrassing bij het maken van dit boek geweest: dat je op weg naar een werkelijk duurzame samenleving nog veel radicaler kunt veranderen en innoveren dan ik van tevoren dacht. Er zijn zo ongelooflijk veel mogelijkheden. Als ik door dit boek iets heb geleerd, is het dat het ondernemerschap nog nooit zo ondernemend is geweest als nu in de nieuwe economie. Je creëert met elkaar en dat maakt het veel vernieuwender, creatiever en vooral ook interessanter dan het ooit is geweest. Het is eigen aan ondernemers dat zij idealen willen realiseren en dat is precies wat je om je heen ziet gebeuren en wat ik in dit boek beschrijf.’

Een serieus managementboek

Ook voor de uitgever van Marga Hoek, Vakmedianet, is de prijs voor het Managementboek van het Jaar een welkome steun in de rug. Vakmedianet is de nieuwe naam van de voormalige managementboekendivisie van Kluwer, die vorig jaar is verzelfstandigd en een nieuwe eigenaar heeft gekregen. ‘Wij willen natuurlijk graag laten zien dat wij nog steeds een goede uitgeverij zijn’, zegt uitgever Anneke van Dijk. ‘Maar belangrijker is dat dit ook een heel bijzonder project is geweest. Normaal gesproken komt een auteur naar ons toe met een manuscript en beslissen wij of het iets voor ons is. Hier was het omgekeerd. Marga kwam naar ons toe met een idee, maar er stond nog helemaal niets op papier. Sterker nog: wij hadden niets en moesten eerst samen met Marga gaan investeren in de crowdsourcing. Om dat te kunnen doen, hebben wij een belangrijk deel van ons marketingbudget naar voren gehaald. Dat past wel heel erg bij de wereld waarin Marga actief is. Vanaf het begin heeft zij tegen ons gezegd dat zij met dit boek niet in de duurzaamheidshoek terecht wilde komen, maar dat zij een serieus managementboek wilde maken. Om de crowdsourcing in goede banen te leiden, hebben we een bureau ingeschakeld en een website laten bouwen. En pas toen alle cases binnen waren, is Marga gaan schrijven. Een complicerende factor voor ons was dat de bedrijven die kennis en cases hebben aangeleverd, uitbetaald kregen in boeken. Wij waren dus al heel gelukkig toen het boek op de shortlist terecht kwam, want dat merk je meteen aan de verkoopcijfers. De commerciële waarde van de titel Managementboek van het Jaar 2014 is kortom meer dan welkom.’