



'ONDERNEMEN IS OOK MAAR GEWOON WERK'

INTERVIEW door Ben Kuipers en Eric van der Wal

TEKST Wilbert Geijtenbeek

Een boekje van 20 euro? Dat kun je net zo goed weggoaien, vond zijn vader, die zich als uitgever en antiquaar in kunstboeken had gespecialiseerd. Maar Philip van Coevorden verkoopt met het jubilerende Managementboek.nl de hele dag door boeken voor die prijs. Portret van een nuchtere ondernemer.

Tussen de boeken voelt Philip van Coevorden zich op zijn plek. Dat is te merken in het magazijn van Managementboek.nl, het bedrijf dat hij een kwart eeuw geleden met compagnon en studievriend Kees Visser oprichtte. Dat magazijn is enerzijds zijn eigen boekenkast – Van Coevorden pikt er geregeld titels uit voor op het nachtkastje – maar anderzijds ook 's lands grootste magazijn van managementtitels. De loods ligt op een Schiedams haven terrein, tussen de zware industriële en maritieme dienstverleners.

Managementboek viert dit jaar zijn vijftienvijftigjarig jubileum. Het bedrijf is met een jaarlijkse verkoop van zo'n 350.000 Nederlands- en Engelstalige boeken de grootste specialistische verkoper van managementliteratuur in Nederland – een niche die door het bedrijf groot is gemaakt. Als e-commerce-concern van de eerste golf doet Managementboek er nog altijd goede zaken mee.

Van Coevorden kreeg het boekenpak mee van zijn vader. Als zoon van een uitgever van specialistische kunstboeken werd hij al jong betrokken bij het vormgeven en opmaken van boeken. Hoewel hij met zijn eigen keuze voor de e-commercemarkt de tijdgeest van de jaren negentig goed aanvoelde, heeft de markt zich niet ontwikkeld zoals destijds werd verwacht. 'Ooit werd geschetst dat tussenpersonen in allerlei

branches zouden verdwijnen. Tussen de auteur en de klant zijn er nog twee tussenpersonen: de uitgever en de boekwinkel. In onze branche verwachtte iedereen dat die bedreigde tussenpersoon wel eens de boekhandelaar zou kunnen zijn. Toegegeven: de fysieke boekwinkel heeft het lastig, maar juist ook uitgevers moeten zichzelf opnieuw uitvinden.' Dat Managementboek door die jaren heen gelaveerd is, hoort bij de manier waarop Van Coevorden en Visser zich als ondernemer bewegen. Hij is dan ook niet bang voor de komst van Amazon.com naar de Nederlandse e-commercemarkt. 'Amazon en wij, het zijn onvergelijkbare grootheden. Bovendien zijn wij zelfverzekerd over onze positie. We gaan uit van onze eigen kracht: we zijn een specialist die zowel maatwerkklienten als de massa kan bedienen.'

Holland Management Review sprak Van Coevorden over zijn visie op het boekenvak, zijn kijk op het leidinggeven van een dynamisch bedrijf en over de keuzes die hij in zijn leven heeft gemaakt.

Op welk moment besloot u om deze onderneming te beginnen?

'Het zou te veel eer zijn als ik zou zeggen dat ik op één moment die beslissing zou hebben genomen. Mijn vader gaf specialistische oeuvrecatalogi uit op het

gebied van de zeventiende-eeuwse Nederlandse schilderkunst. Hij richtte zich op een internationaal publiek met kleine oplages van 400 tot 800 exemplaren. Daar groeide ik mee op. In de jaren tachtig maakte ik boeken voor mijn vader op, met een Mac-SE. Het was vanzelfsprekend voor me dat ik zelf ook in die markt actief zou worden. Toen ik in Groningen ging studeren, sloot ik me in de eerste maand al aan bij het productieteam van het faculteitsblad *Bedrijfskundige Berichten*. Kees, mijn compagnon, schreef voor het blad en is er later hoofdredacteur geworden. In die hoedanigheid kregen we contact met Hans Ritman in Schiedam, die toen voor het Nederlands Studiecencentrum (het latere Elsevier Congressen; red.) werkte, naast de uitgeverij (Scriptum; red.) die hij halverwege de jaren tachtig met collega Gerjan de Waard was begonnen. Voor het Nederlands Studiecencentrum organiseerde Ritman congressen met de managementgoeroes van destijds: mannen als Henry Mintzberg, Gareth Morgan en Michael Porter. Deze zwaargewichten vulden toen nog moeiteloos zalen van meer dan 800 man. Bij elk evenement regelden wij met Hans een interview met zo'n goeroe voor *Bedrijfskundige Berichten*. Het groeide uit tot een vriendschap, die in het midden van de jaren negentig ook een zakelijke dimensie kreeg.'

Hoe begon Managementboek.nl?

'We werkten tijdens onze studie regelmatig voor de snel groeiende uitgeverij van Hans en Gerjan: Kees redigeerde boeken en ik deed opmaakwerk. Hans wist dat Kees en ik wel eventueel voor onszelf wilden beginnen en gaf aan dat Scriptum open stond voor de financiering van een goed plan. En wij hadden een idee: als je nou een magazine maakt over managementboeken dat tegelijk de functie van een catalogus heeft? Zo zijn we het blad *Manager & Literatuur* (tegenwoordig: *Managementboek Magazine*; red.) gestart. Hans en Gerjan hielpen ons op weg, introduceerden ons in hun uitgeversnetwerk. We wilden eigenlijk ook uitgever zijn en voor ons blad advertenties en abonnementen verkopen. Om de cashflow op gang te brengen zouden we dan ook wat boeken verkopen. Maar dat verdienmodel is vanaf de start omgedraaid: we werden direct een verzendboekhandel met een ouderwetse thermofax en een antwoordnummer. We verzonden ons blad

samen met andere zakelijke magazines en merkten dat we op die manier elke editie wel zo'n duizend klanten werven. Zo brachten we halverwege de jaren negentig de boekhandel naar de provincie. Kijk, in grote steden waren wel goed gesorteerde boekhandels met een mooie collectie managementtitels te vinden, maar in Emmen, bijvoorbeeld, kon je het soort boeken dat wij verkopen niet vinden. We merkten aan alles dat er behoefte was aan managementboeken.'

Managementboek.nl is een lokale pionier in de e-commerce geweest. Deinst u terug voor de huidige mondiale concurrenten?

'Ik ben niet bang voor de komst van Amazon.com. Bang moet je alleen zijn als je er niets tegen kunt doen en vooral geen meerwaarde biedt. Amazon is veel groter, maar wij hebben een stevige positie en we hebben interessante wapens in handen. Ik vind het nog altijd wel grappig als je je realiseert dat in ons businessplan uit 1995 het woord internet niet voorkwam. Maar toen de online trein ging rijden, voelden we haarfijn aan wat de potentie ervan was en waren we er op tijd bij. Vanuit een ander online initiatief waar we destijds bij betrokken waren, wilde een sluwe investeerder samen met ons het online avontuur aangaan. Maar we dachten: dat kunnen we beter helemaal zelf doen.'

Wat kan de boekenbranche van de disruptie van de platenindustrie leren?

'Weinig. Ik geloof niet dat die twee markten op elkaar lijken. Muziek wordt op een geheel andere manier geconsumeerd dan lectuur. Want hoe vaak lees jij nou een boek voor een tweede keer? Goede muziek vind je ook na een tiende keer luisteren nog gaaf. Een plaat opzetten of een nummer op Spotify aanzetten is een andere ervaring dan een e-book lezen. Bovendien heeft papier een eigen functie. Mijn dochter heeft op haar middelbare school enkele jaren in een iPadklas gezeten. Huiswerk maken was een voortdurend switchen van scherm, met de home-button. Daar word je urenlang van, dus ik heb een keer een papieren boek voor haar besteld. Dan kreeg ik letterlijk hetzelfde boek als wat er statisch achter het glas van de iPad zat. Zo innovatief is dat ook niet. Na drie jaar is de school zelf ook weer teruggegaan op papieren boeken.'

Hoe werken voelsprietten bij u? Hoe komt u tot een beslissing?
‘Dat begint met goed op de hoogte blijven, van technologische ontwikkelingen, van bewegingen op de markt, je contacten onderhouden, geïnformeerd blijven. Als je dan ook nog de juiste connecties weet te maken, dan kun je je onderbuikgevoel laten spreken als keuzes zich aandienen. Dan dwing je het af.’

Kunt u een voorbeeld geven?

‘Eind 2014 ging Swets (Information Services, red.), een van de grootste internationale leveranciers van vakliteratuur, failliet als gevolg van de economische crisis. Swets had een jaar eerder Jongbloed overgenomen, de honderd jaar oude, gerenommeerde juridische boekhandel uit Den Haag. En dat was interessant voor ons, want in managementboekenland waren wij weliswaar de standaard, maar voor juridische literatuur was Jongbloed de standaard. Toen heb ik op een gegeven moment de curator gemaaild: *Wat gaat er eigenlijk gebeuren met Jongbloed?* Twee weken later hadden we het gekocht. Dus toen hadden we er een bedrijf bij, met een handjevol medewerkers. De oude directeur zette ons op het spoor om op overheidsaanbestedingen voor vakliteratuur in te schrijven. Dat was achteraf zo’n moment waarop wij onze informatievoorziening goed op orde hadden, onze voelsprietten in de markt scherp hadden gesteld, en dus klaar waren om deze belangrijke beslissing te nemen.’

Waar geniet u van in het ondernemerschap?

‘Ik kan genieten van het winnen van zo’n spannende aanbesteding en van het onderzoeken van nieuwe samenwerkingen. Nieuwe producten verzinnen en maken is fantastisch. Maar corvee hoort er ook bij: zorgen dat het bedrijf loopt, dat je collega’s zich goed voelen, dat er goed samengewerkt wordt en dat je dagelijkse problemen adequaat onderkent en aanpakt. Maar ondernemen is voor een groot deel ook maar gewoon werk – niets meeslepends aan.’

Hoe heeft Managementboek.nl de economische crisis doorstaan?

‘We hebben onze koers licht moeten bijstellen. Nadat in 2008 Lehman Brothers omviel, ging onze groei direct naar nul. Tegelijk waren 2009 en 2010 voor ons gek genoeg best goede jaren, met een bescheiden omzetgroei en een gezonde winst. Pas in 2011 krompen we. In die zomer dachten we: hè, er klopt iets niet. Maar wat het lek was? We kwamen er niet achter. Maanden later zag ik dat het consumentenvertrouwen in juli dat jaar, op het hoogtepunt van de Griekenland-crisis, was ingestort. Dat deed ons realiseren dat we keihard onderdeel van de mondiale economie waren. We hebben toen meteen ingegrepen: we haalden de stofkam door onze kosten en hebben een aantal stevige beslissingen genomen.’

Welke verschillen ziet u in de vraag naar managementboeken?

‘De tijd van de echte goeroes is voorbij. Ik kan dat niet direct relateren aan de crisis, maar de vraag is verschoven naar persoonlijke effectiviteit. Waar het vroeger bijvoorbeeld over leiderschap ging, gaat

het nu over persoonlijk leiderschap. Boeken spreken de lezer tegenwoordig persoonlijk aan: welk type ben jij, hoe werk jij samen met anderen? Dat is een grote verschuiving. Boeken als die van de eerder genoemde Gareth Morgan, over verschillende organisatievormen, zullen nu niet meer zo snel verschijnen.’

Wat heeft u zelf met het boekenvak?

‘Ik lees niet heel veel hardcore managementboeken. Wat mij aanspreekt in de wereld van managementboeken zijn de auteurs. Vaak kijken ze breed naar de wereld om hen heen, en signaleren ze daar iets in. Het zijn interessante, leuke mensen, mensen met een goed verhaal, waar ze over hebben nagedacht. En soms zijn ze zelfs filosofisch van aard. De combinatie van het werken in de boekenbranche, het maken van mooie producten, en het omgaan met leuke en interessante auteurs – dat maakt mijn werk aantrekkelijk. In de literaire branche zijn natuurlijk ook veel heel interessante mensen werkzaam. Maar onze categorie auteurs staat nog wat breder in de maatschappij.’

‘BANG VOOR AMAZON.COM? NEE, WIJ ZIJN NIET TE VERGELIJKEN MET AMAZON’

OVER PHILIP VAN COEVORDEN

Naam: Philip van Coevorden (1970)

Functie: Mede-oprichter, -eigenaar en -directeur van Managementboek.nl

Aantal jaren in functie/werkzaam bij Managementboek.nl: 25 jaar, sinds de oprichting in 1995.

Opleiding(en):

Bedrijfskunde, Rijksuniversiteit Groningen (afgestudeerd in 1994)

Overige wetenswaardigheden:

Philip woont samen met Marieke in Rotterdam en heeft een dochter (19) en twee zoons (12 en 9). Een van zijn hobby's is paardrijden.

OVER MANAGEMENTBOEK.NL

Opgericht in: 1995

Met compagnon Kees Visser

Aantal medewerkers: 37 fte

Omzet in 2019: € 28,5 miljoen

Breder dan de mensen waar uw vader mee samenwerkte?

'De auteurs van mijn vader kwamen geregeld bij ons thuis. Omdat de meesten in het buitenland woonden, overnachtten ze dan bij ons. Ik herinner me bijvoorbeeld Joachim Wolfgang von Moltke, die een werk over de kunstschilder Arent de Gelder (1645-1727) geschreven heeft. Herr Von Moltke was de broer van Helmut James Von Moltke die in 1945 werd geëxecuteerd door de Nazi's vanwege zijn (overigens geweldloze) verzet tegen het regime van Adolf Hitler. Daar vertelde hij gewoon bij ons aan tafel over. Heel bijzondere mensen kwamen dus bij ons over de vloer en inderdaad andere mensen dan de auteurs van managementboeken.'

Hoe keek uw vader aan tegen uw keuze voor het managementboekenvak?

'Met gemengde gevoelens. Hij had liever dat ik eerst een tijdje voor een groot bedrijf ging werken. Toen Kees en ik aan het begin van Managementboek.nl stonden, twijfelde ik daarom ook nog wel – je luistert toch naar

je ouders. Ik heb me nog aangemeld voor het trainee-programma van WoltersKluwer – iets wat mijn vader toejuichte – maar ik werd afgewezen. Ik werd als niet 'eager genoeg' beschouwd. Tja, ik ben inderdaad een redelijk gematigd mens. Ik straal niet de gretigheid uit die zij zochten, dus dat hebben ze prima gezien. Achteraf ben ik er dus niet rouwig om. Maar ik vond het wel vervelend dat mijn vader niet vol achter onze plannen met Managementboek.nl stond. Hij wilde destijds ook niet als investeerder instappen. Veel later ervoer hij de komst van het internet zelf als een probleem. Toen door het internet alle prijzen transparant werden, werd zijn voorraad fors minder waard. Hij klaagde daar wel eens over bij mij. Dan zei hij: ik verkocht een boekje voor 20 euro; je kunt zo'n boekje voor die prijs net zo goed weggooien. En dan zei ik: maar, pap, ik verkoop de hele dag door boekjes van 20 euro. Dat was het verschil tussen ons. Later heeft mijn vader het met mij goed gemaakt. Hij was op het eind van zijn leven erg trots op ons succes.'

Welke boeken leest u wel?

'Literatuur. Fictie. Afgelopen zomer heb ik bijvoorbeeld enorm veel plezier beleefd aan *Warlight* van Michael Ondaatje, en aan de biografie van Winston Churchill door Boris Johnson. In ons magazijn liggen overigens genoeg boeken die ik ook leuk vind.'

Steekt u als verkoper van managementboeken ook voor uw bedrijf iets op van managementtheorieën?

'Sommige managementtheorieën versimpelen de complexe werkelijkheid behoorlijk. Of ze kijken juist te idealistisch naar organisaties. Soms zijn boeken zelfs utopisch. Maar voor veel mensen hebben ze een groot nut, bieden ze kaders en handvatten om in ieder geval aanknopingspunten te hebben om hun werk te ordenen en om makkelijker tot goede beslissingen te komen. Wij laten ons niet meeslepen door hypes en we zullen niet zomaar een of andere managementtheorie implementeren. Wel heb ik me een aantal jaar geleden verdiept in Lean Management omdat we zelf een online training daarover hadden ontwikkeld, namelijk de Active Lean Yellow Belt. Dat was ontzettend nuttig. We hebben het nooit officieel als bedrijfsfilosofie omarmd, maar we zijn wel al jaren dagelijks bezig met procesverbeteringen in ons bedrijf.'