

## Juryrapport managementboek verkiezing 17 april 2014

Dames en heren, beste genomineerden,

Aan mij als juryvoorzitter de eer om het Managementboek van het Jaar bekend te maken.

Voor ons als jury is dit de afsluiting van een periode waarin wij 290 boeken hebben gelezen en beoordeeld. Voor u als lezer van managementboeken en voor de auteurs van de vijf genomineerde boeken hét moment om te horen welk boek volgens ons het beste managementboek van 2013 was.

De samenstelling van de jury betekent dat ervaren auteurs, enthousiaste managementboekenlezers en gedreven recensenten met elkaar aan tafel hebben gezeten. Ik noem u de namen: Mabel Nummerdor, Mireille Schrijnemaekers, Maurits Bruel, Maurits Verweij, Bertrand Weegenaar en ondergetekende. Samen hebben wij sinds vorig jaar juni ons licht laten schijnen op in totaal zo'n slordige 45.000 pagina's managementboek, waarin door de gezamenlijke auteurs bij elkaar circa 30.000 dagen aan schrijfwerk is geïnvesteerd, zeg gemiddeld 100 dagen per boek.

Alle lof voor de moed om een managementboek te schrijven en des te lastiger voor de jury om één boek op de eerste plaats te zetten.

Er wordt wel eens gezegd: andere jury, andere winnaar. Over het waarheidsgehalte van die bewering kan ik niet oordelen. Wat in ieder geval helpt is criteria vaststellen op basis waarvan de boeken worden beoordeeld. In ons geval waren dat de volgende criteria: actualiteit, originaliteit, toepasbaarheid, leesbaarheid, bestendigheid en onderbouwing.

Voor ik de winnaar bekend maak, wil ik graag een aantal waarnemingen van de jury met u delen, het geheel van alle beoordeelde boeken overziend. Opvallend veel boeken bevatten losse verhalen, cases of interviews zonder verbindend concept, analyse of kernboodschap. Een deel van de boeken was eerder te kenmerken als plaatjesboek, pamflet of brochure dan als managementboek. In veel in eigen beheer uitgegeven boeken misten we de hand van een redacteur en het oog van een typograaf. En ook: boeken over actuele thema's die ertoe doen, zoals big data, talentmanagement en neuromarketing, waarbij het thema qua uitwerking nog teveel in de kinderschoenen stond.

Er waren derhalve veel boeken die we snel terzijde moesten leggen. Maar er waren gelukkig ook veel positieve uitzonderingen.

Een eervolle vermelding krijgt uitgeverij Lannoo, van wie we nog nooit zo een groot aantal boeken hebben zien langskomen, die bovendien eigentijds en uitnodigend zijn vormgegeven.

Uiteindelijk resulteerden onze beoordelingen in een shortlist van vijf boeken die u zojuist langs heeft zien komen.

- Van cijfers naar waarden: management accounting en control in een waarderend perspectief; een boek dat op verfrissende manier de spanning tussen de economische en sociale mens te lijf gaat. Door inzage te bieden in de psychologische kant en de socio dynamica van het omgaan met zijn vakgebied wist het boek van Kees Tillema ons als jury te boeien en te prikkelen. De auteur gaat een uitdaging aan op pioniersgebied waarbij waardevolle fundamenten zijn gelegd voor nieuw denken over management accounting en control.

- Reclame, dood of levend: over zin en onzin van merken, marketing en reclame; een goed onderbouwd betoog, passend in een nieuwe realiteit voorbij de economische crisis. Met goed gevoel voor de praktijk en passie voor de wetenschappelijke onderbouwing heeft Fons van Dyck dit prettig leesbare boek geschreven. Hij laat zich daarbij niet afleiden door de vakeigen pracht en praal, maar werkt stap voor stap gedegen toe naar zijn conclusie over de levensvatbaarheid van reclame.

- Zakendoen in de nieuwe economie: over business performance in een circulaire economie; een veelkleurig boek dat uitnodigt om nieuwe ondernemerswegen in te slaan. Auteur Marga Hoek is daarbij niet over één nacht ijs gegaan, want zonder crowdfunding, knowledge sharing, celebrity endorsement, kids vision en co writing was het niet haar boek geweest. De auteur neemt ons mee in haar wereldbeeld van de nieuwe economie. Met een bijzondere opmaak en creatieve en vooral hedendaagse content is dit boek een must-read voor iedere manager en ondernemer.

- Versimpelen: complexiteitsreductie door af te rekenen met managementgedoe; een praktisch en persoonlijk toepasbaar boek dat zelf ook simpel van opzet is en overtuigt in zijn eenvoud. Jan - Peter Bogers maakt glashelder dat wij in deze tijd van informatie, media en stakeholders overload, maar wat snel de essentie van zaken uit het oog verliezen en verzanden in het moeras van complexiteit. En dat terwijl het allemaal begon met een simpel idee. Het boek nodigt uit om toe te passen op kleine en grote schaal en draagt bij aan dat wat managers nastreven: getting things done!

- No way: het wordt tijd voor empathisch leiderschap; de toon van dit boek is prikkelend en uitdagend en de vorm origineel met verbinding naar de digitale wereld. Auteur Bruno Rouffaer schuwt het niet de nodige knuppels in het hondenok te gooien om de nieuwe leider te identificeren. Verwacht geen old-school management literatuur. Dit is management entertainment, die je verrast, inzichten geeft en je soms zacht mee laat vloeken met de auteur. De digitale snoepjes maken van dit boek een complete beleving, waardoor het boek zo in iedere koffer mee op vakantie kan.

Toen wij onze top 5 hadden geselecteerd, ontvouwde zich een prachtig portfolio met boeken: actueel, elkaar aanvullend en uitnodigend. Geen boeken over thema's als organisatieverandering, strategie en ontwerp, of verbetermanagement. In tegendeel, het zijn boeken die op heel persoonlijk niveau proberen impact te hebben op het denken en handelen van bestuurders, leidinggevend en professionals. Vier van de vijf boeken 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. Dit denken is volop in ontwikkeling en kant-en-klare recepten zijn er niet. De boodschap is veeleer: maak je eigen reis en laat je inspireren rond de vraag: wat wil jij veranderen in deze wereld?

Ik rond af.

Het managementboek van het Jaar gaat voorop in deze nieuwe realiteit, is tegelijk conceptueel en praktijkgericht, daagt een breed lezerspubliek uit nieuwe wegen in te slaan en is bovendien uitnodigend vormgegeven.

Managementboek van het Jaar is geworden: Zakendoen in de nieuwe economie, van Marga Hoek.

Frank Kwakman