

Uitgevers hebben nog steeds goud in handen

01-10-2013 09:48

Het is dit keer geen non-fictie managementboek, maar een roman. Een ondernemersroman. Stolze vindt dat je jezelf altijd opnieuw moet uitvinden, dus ging hij de uitdaging aan om een nieuw genre te proberen. Hij wil een boek schrijven dat niet alleen spannend is, maar waar je ook iets van kunt leren, zoals Dan Brown zijn lezers weer iets leert over kunst, religie, Florence etc. Op het moment dat we elkaar spreken is het boek bijna af.

“Ik zie de auteur als merk. Daar kunnen uitgevers iets mee. Auteurs schrijven niet alleen boeken, maar kunnen bijvoorbeeld ook lezingen geven e.d. Uitgevers zijn in mijn ogen meer talentmanagers dan papierschuivers.” In dat licht heeft Stolze nog een nieuwtje: de uitgeverij waar zijn roman bij uitkomt, A.W. Bruna, is inmiddels een imprint gestart Glorïe waarmee ze juist deze ontwikkeling een plaats willen geven. Glorïe is een samenwerking met The Fame Game, het bureau dat onder meer Johnny de Mol en Katja Schuurman vertegenwoordigt. Zo'n samenwerking levert dus mooie kansen op. Denk maar even hardop mee: het boek wordt meer dan een boek. Het kan een talkshow zijn, theater, ja zelfs een schoenenlijn (het boek gaat over een ondernemer in de schoenenbranche).

Op inct.spiratie zal Stolze de zeven lessen die in zijn boek zitten vertellen. Stolze vindt nog steeds dat 'uitgevers goud in handen hebben'. Dat was zijn boodschap toen hij een paar jaar terug op inct.formatie in Bussum sprak en dat is volgens hem nog niet veranderd.

Stolze haalt daarbij de formule van C.H. Prahalad aan: $N=1$ en $R=G$, ofwel iedereen wil maatwerk ($N=1$) en Resources are Global ($R=G$) waarmee hij bedoelt dat het gaat om samenwerken, en dan vooral horizontale samenwerking, in netwerkorganisaties. Glorïe is daar volgens hem een goed voorbeeld van. De gedachte achter deze formule komt ook terug in zijn roman.

Een man als Jim Stolze zit nooit stil. Gevraagd naar zijn toekomstplannen licht hij een tipje van de sluier op: op dit moment is hij bezig om samen met RTLZ een televisieprogramma over innovatie op te nemen. Het wordt een wekelijks magazine met mooie verhalen van uitvinders, ondernemers en onderzoekers. “Dát zijn de toekomstmakers! Ik ben heel blij dat RTLZ nu naast alle macro-economische cijfers ook aandacht voor positieve berichten gaat hebben. We nemen het elke maandag op en het wordt dan die week drie keer overdag uitgezonden.”

Ondertussen komt hij op 20 november aan ons uitgevers vertellen welke overwegingen bij ondernemen van belang kunnen zijn en hoe we als uitgever naar de toekomst kunnen kijken. Misschien kunnen we het wel samenvatten in zijn eigen motto: Dream Big, Work Hard & Be Nice.

[LEES MEER OVER DE ANDERE SPREKERS](#)

[MELD U NU AAN](#)