

'Het houdt ons fris steeds iets anders te doen'

Nieuwe uitgeverijen zijn zeldzaam in Vlaanderen. Borgerhoff & Lamberigts is de uitzondering. In korte tijd hebben Steven Borgerhoff en Kristof Lamberigts een plaats verworven op de Vlaamse markt. Het geheim van het succes? Op iedere uitgave houden zij de grootst mogelijke invloed.

Jong. Eigentijds. Verrassend. Actueel. Gericht op een breed publiek. Maar ook een uitgeverij die moeilijke onderwerpen niet schuwt. Steven Borgerhoff en Kristof Lamberigts zoeken naar woorden om de naar henzelf genoemde non-fictieuitgeverij te typeren. 'We zijn in ieder geval niet hip', zegt Borgerhoff. 'Alleen mensen die het niet zijn, noemen zichzelf hip. Niet dat wij zo trendy zijn, hoor.' Sinds de start in 2004 heeft de uitgeverij met een brede waaier aan titels haar imago opgebouwd. Borgerhoff & Lamberigts zette zichzelf op de kaart met de reeksen True Crime (zeven delen inmiddels) en Mysteries (vier delen), maar gaf ook highbrow tentoonstellingscatalogi en verschillende kookboeken uit (recent het kookboek van *Desperate Housewives*). Dit jaar boekte de uitgeverij veel succes met wielersbiografieën van Tom Boonen en Sven Nys. Bij ieder boek zitten de twee uitgevers, allebei rond de dertig, heel dicht op de tekst. 'Vraag maar aan onze auteurs hoe wij ons met de structuur en opbouw bemoeien', zegt Lamberigts. 'Yves Leterme (minister-president van Vlaanderen, MD) maakt bij ons twee boeken. Bij het eerste boek hebben wij – twee snotapen – uitgebreid commentaar gegeven. Bij

het tweede boek vraagt hij nu waar ons commentaar blijft.' De aandacht voor vormgeving is zo mogelijk nog groter – juist omdat ze daarmee de consument denken te verrassen. 'En daar gaat het om: verrassen', zegt Borgerhoff. Zo was Borgerhoff & Lamberigts de eerste uitgeverij van een wielersboek die géén renner op het omslag afbeeldde terwijl hij juichend over de meet rijdt. Ze kregen complimenten omdat ze Boonen en Nys als rocksterren neerzetten. Lamberigts: 'Zo zitten we bij ieder boek heel dicht op de vormgeving. Wij gaan zelf op zoek naar lettertypes en discussiëren net zo lang tot we op een golf-lengte zitten. Steeds zoeken we intensief hoe we het boek toegankelijk kunnen maken. Als het moet, geven we een boek over een moeilijk toegankelijk onderwerp als religie, zoals *God(en). Een handleiding* van Elie Barnavi, roze pagina's.' Waar heeft een auteur anders een uitgever voor als die niet de vormgeving voor zijn rekening neemt, vinden zij. 'Barnavi, professor aan de universiteit van Tel Aviv, zag het aanvankelijk niet zitten', vertelt Lamberigts. 'Ook over de cover, waarop een foto van katholieke priesters staat, had hij sterke twijfels. Wij hebben hem overtuigd. Bij de opening van de tentoonstelling, waar dit boek bij hoort, gaf hij toe dat zijn boodschap zo een breder publiek bereikt.'

Anders

Wat Borgerhoff en Lamberigts vertellen, klinkt als een cliché. Welke uitgever spreekt niet van zijn passionele inzet voor iedere nieuwe publicatie? Toch weten Borgerhoff en Lamberigts dat het ook anders kan. Lamberigts was vier jaar lang uitgever lifestyle van Lannoo. Borgerhoff was een van zijn auteurs. Hij gaf bij Lannoo *Heroes* uit, 33 Belgische rockartiesten stellen daarin hun muzikale helden voor. 'Wij besteden beslist meer aandacht aan ieder boek', zegt Lamberigts. 'Laten we

daar niet flauw over doen. Dat geldt voor tekst en vormgeving. Bij Lannoo was het boek van Barnavi wel volgens zijn wensen uitgegeven. Ook proberen wij iedere titel een leven te geven. Voor *Heroes* hebben wij, toen we al begonnen waren met Borgerhoff & Lamberigts, een concert georganiseerd. Lannoo zou dat nooit doen.'

Daarmee willen Borgerhoff en Lamberigts Lannoo niet afvallen. Hun grote concurrent uit Tielt heeft simpelweg een ander model: heel veel titels op de markt zetten en alles bij elkaar opgeteld en afgetrokken toch winstgevend zijn. Lamberigts: 'Wij doen het gewoon anders.' Lamberigts vertrok bij Lannoo hoofdzakelijk omdat zijn boekideeën en die van Borgerhoff niet pasten in het fonds van Lannoo. 'Van heel veel wat ik voorstelde, zei de uitgeefcommissie: nee, nee, nee. Steven kwam met allerlei boekideeën, maar ik kreeg die niet door de commissie. Met Steven klikte het. We dachten hetzelfde over het belang van promotie en eigentijdse vormgeving, en wilden niet zoals Lannoo de nadruk leggen op productie van veel titels, maar iedere titel individueel een leven geven. Toen zijn we voor onszelf begonnen.' Van hun ouders kregen Borgerhoff en Lamberigts leningen van in totaal 62.000 euro. Het eerste half jaar was 'echt een ramp', zegt Borgerhoff. Vanachter de keukentafel bij hem thuis verstuurdde ze dagelijks honderd e-mails met voorstellen en ideeën. 'En dan kregen we op één antwoord.' Ze wilden per se niet zomaar een boek maken, maar meteen met een klapper laten zien wat ze onder 'eigentijds' verstaan. 'We moesten van iemand een kans krijgen om te beginnen', zegt Lamberigts. 'Die kregen we uiteindelijk van *De Stan-daard*. Op de marketingafdeling van de krant zaten jonge mensen die ons enthousiasme waardeerden. Wij maakten een boek over de honderd beste brunchadressen in Vlaanderen, waarvoor lezers konden sparen. Zo waren we verzekerd

van een minimale afzet.'

Het boek schreven ze zelf. Net als de verhalen voor de True Crime Library, waarvoor ze daarna de rechten verwierven van TimeWarner. Tot op vandaag hebben ze vastgehouden aan die directe bemoeienis met de inhoud. Zo deden ze voor de wielerverhalen alle interviews met de wielrenners zélf. Borgerhoff: 'In het begin was het ook om kosten te besparen, nu willen we garanderen dat de *tone of voice* oké is.'

Sinds die allereerste titel, gaat het uitstekend. Borgerhoff & Lamberigts wisten aansprekende auteurs te strikken en kennelijk ook aansprekende titels te maken: alles wordt goed door de boekhandel ingekocht, zeggen ze. De keukentafel hebben ze inmiddels verlaten voor een mooie ruimte in een voormalig pakhuis in het Gents havengebied. Inclusief henzelf telt het bedrijf zes man personeel. Eindeloos groeien willen ze niet. Ze zullen minder zelf schrijven, maar Borgerhoff en Lamberigts willen zelf de grootste mogelijke invloed op iedere titel behouden. 'We willen daarom hooguit veertig titels per jaar maken', zeg Lamberigts.

Mijnboek.be

In amper dertig maanden heeft Borgerhoff & Lamberigts met haar zeer gevarieerd fonds een positie verworven op de Vlaamse markt. Niet helemaal tot vreugde van haar collega's, denkt het duo. De twee voelen zich neergezet als commerciële cowboys. Ten onrechte. 'We maken podcasts. Dat is nieuw. Maar omdat we de enige uitgeverij zijn met een heldere digitale nieuwsbrief, zijn we toch geen cowboys?', zegt Lamberigts.

Feit is dat het fonds een commerciële indruk maakt. Maar ook dat bestrijden ze. Borgerhoff: 'We krijgen vaak de vraag wat voor fonds we hebben, maar wij denken niet in fondsen. De meeste uitgeverij doet dat wel. Verschillende boeken kunnen perfect naast elkaar leven. Het houdt ons fris steeds iets anders te doen. Als je je hele leven thrillers uitgeeft, wat is dan de spanning van je job?'

De rode draad van het fonds is hun eigen passie. 'En in onze leefwereld heeft men niet passie voor enkel dit of enkel dat', vervolgt Lamberigts. 'Ik volg op zondag een wielerverhaal, ik ga maandag naar de expositie 'God(en)' en kijk dinsdagavond naar *Desperate Housewives*. Daarom kunnen we met allerlei verschillende auteurs praten: Tom Boonen voelt dat onze interesse niet fake is.'

De snelle opbouw van het fonds, tot aan Leterme toe, veronderstelt dat de twee uitgeverij grote netwerkpersoonlijkheden zijn. 'Contact



leggen lukt makkelijk', geeft Borgerhoff toe, 'maar we lopen niet graag recepties af. We vragen gewoon of mensen een boek willen doen, drinken een pint en het klikt. Het scheelt natuurlijk dat Boonen tegenover leeftijdgenoten zit in plaats van dat hij door een vijftigplusser wordt gebeld, die hem een voorstel doet en het boekproject daarna aan een redacteur overlaat.'

De twee combineren de uitgeverij met nog een bedrijf: Mijnboek.be. Op deze site kan iedereen zijn eigen boek laten maken. Deze POD-activiteit ontstond toen Borgerhoff & Lamberigts naam begon te maken en honderden *would be* auteurs een nieuwe kans roken en hun boek opstuurden. Lamberigts: 'Die enorme stapel lag bij ons op het bureau. Wat moesten we daarmee? Lezen? Wegsmijten? Toen gingen we nadenken.'

Nu de website eenmaal door het duo is opgezet, inclusief een Franstalige variant (Monlivre.be), hebben ze er weinig werk meer aan. Een fulltimer regelt de administratie en boort nieuwe sectoren voor deze markt aan. Eens per week vergade-

Steven Borgerhoff en Kristof Lamberigts: 'Wij zijn toch geen commerciële cowboys?'

ren ze over de voortgang. En de uitbouw: onlangs startte Deinbu.ch en in het voorjaar moet een Nederlandse site worden gelanceerd: Mijnboek.nl.

De lancering van deze site zal de eerste serieuze activiteit van Borgerhoff en Lamberigts in Nederland zijn. Als uitgever concentreert het tweetal zich echter voorlopig op Vlaanderen. 'Tirion doet zes True Crime-boeken en twee Mysteries-boeken als co-editeur. Het boek van Boonen hebben we via Scholtens aangeboden. Maar Nederland is nu nog niet onze ambitie. Eerst willen we een sterke positie in Vlaanderen opbouwen.'

Borgerhoff & Lamberigts

opgericht: 2004

omzet: 1 miljoen euro (2005),

'net geen 2 miljoen euro' (2006)

werknemers: 6 fte

fonds: maximaal 40 titels per jaar