

Met vrouwen zaken doen is een verademing!

De carrière van uitgeefster en ondernemer Annemarie van Gaal is zo bijzonder dat ze er een spannend meisjesboek over zou kunnen schrijven. Dat doet ze niet, want ze vertelt haar verhaal liever. "Je gelooft het niet als je het leest, je moet het van mij zelf horen." TEKST: JACQUES GELUK / FOTOGRAFIE: ROY BEUSKER

Annemarie van Gaal MEDIA EXPERT

Annemarie van Gaal (43) mijmert op een voor haar zeldzaam rustige winterochtend: “Het borrelt alweer bij me. Ik zou graag iets heel groots willen doen, maar of dat op uitgeverijgebied is weet ik niet”. Of ze dat laatste meent? Sinds ze in 1992 vanuit het niets, samen met haar compagnon Derk Sauer, in Rusland een grote uitgeverij opzette, is uitgeven haar allergrootste passie. In de P.C. Hooftstraat zetelt nu al twee jaar de tienkoppige redactie van de twee glossy's die ze uitgeeft. Daarnaast heeft ze een onroerendgoedbedrijf. Tussendoor heeft ze in de Amsterdamse jetset-winkelstraat even een boutique gehad, maar die is inmiddels gesloten.

“Van kinds af aan had ik, terwijl ik ben opgegroeid in Zuid-Limburg en niet wekelijks in Amsterdam kwam, een soort fascinatie voor de P.C.Hoof. Ik besloot daar wat panden te kopen, maar bij één pand dat ik heel graag wilde hebben hoorde een winkel en die moest ik erbij nemen. Dat heb ik gedaan, maar het moest wel echt mijn winkel zijn, met mijn kleding en mijn favoriete merken. Begin vorig jaar kwam de Franse keten Hermès, die het pand net zo graag wilde hebben als ik destijds, met de vraag of ze het konden huren. Ze zijn nu aan het verbouwen en gaan in mei open. Ik heb me erg met die winkel bemoeid en stond er elk weekend zelf in, maar nu die er niet meer is ben ik toch wel blij”, constateert ze tevreden. Ze heeft het druk genoeg. Als ‘industry expert’ adviseert ze bijvoorbeeld bij grote mediatransacties.

Annemarie van Gaal wordt alom gewaardeerd als ondernemerkennervandeinternationalemedia- en uitgeverijwereld. Dat heeft ze op eigen kracht bereikt. Ze is toevallig in de uitgeverijwereld terechtgekomen en komt niet uit een ondernemersfamilie. “Mijn vader is gepensioneerd ambtenaar en mijn moeder huisvrouw. Ik denk wel dat ondernemen altijd in mijn karakter heeft gezeten. Ik had in 1990 een gewone baan als projectmanager en moest alle zeilen bijzetten om als alleenstaande moeder de crèche voor mijn kind te kunnen betalen. Dat veranderde toen mijn werkgever VNU een joint venture was aangegaan met een Russische partner om het blad Moscow Magazine uit te geven en ik daar naartoe

werd gestuurd. Na anderhalf jaar heb ik mijn ontslag ingediend en ben ik daar voor mezelf begonnen. Ik heb, net als Derk, mijn huis in Nederland verkocht en de overwaarde (een kleine 30.000 gulden) in Independent Media (IM) gestopt.”

‘Beremoeilijk’

Een bedrijf opzetten en runnen is, vooral als je dat nog nooit hebt gedaan, een flinke opgave. Zeker in een land waar niets is en waar alles er anders aan toegaat. Annemarie: “Dat was beremoeilijk én een uitdaging. Er was geen vakkennis op welk gebied dan ook. Er waren geen verkopers, geen financiële mensen. In de communistische tijd zag je geen commerciële advertenties en ook geen reclamebureaus, dus moesten we er zelf een opzetten. Ik was 27 en had nooit krantenadvertenties verkocht. Ik kon mezelf leren hoe dat moest, maar hoe legde ik dat anderen uit? Ik bedacht een nieuw systeem, dat zo simpel was, dat ik het in een minuut aan iemand kon uitleggen, die dat ook in een minuut snapte en die eveneens binnen die tijd de kosten van zijn eigen advertentie kon berekenen. Het systeem, ‘Squares’, is zo populair geworden, dat het is overgenomen door Russische kranten.” Binnen vijf jaar was IM een uitgeverij met twintig titels (waaronder de krant The Moscow Times, de zakenkrant Vedomosti en tijdschriften als Cosmopolitan, FHM, Men's Health en Marie-Claire) en ruim 700 werknemers in 1997.

“Als geld een drijfveer was geweest, had ik het nooit op deze manier kunnen doen, dan had ik het al snel opgegeven. Ik had een diepere ‘drive’. Ik voelde me als een topsporter die een medaille wil, die trekt ook jaren door zonder het uitzicht op geld aan het einde van de tunnel.”

Dan zegt Annemarie bedachtzaam: “Je kunt je niet voorstellen wat voor impact een verblijf van tien jaar in Rusland heeft op je karakter! Aan het einde van de jaren negentig hebben we een enorme bankcrisis gehad. Wij konden net in de zwarte cijfers blijven, maar moesten 200 man ontslaan. Ik wist wanneer ik zou teruggaan vanwege de schoolopleiding van mijn zoon. Tot dat moment heb ik twee jaar lang in een soort manische toestand gewerkt. Ik was fysiek op en moest echt afkicken toen ik in 2000 vrij blanco terugkwam in Nederland. De Telegraaf belde of ik

directeur wilde worden van de tijdschriftendivisie. Dat heb ik, nadat ik eerst een tijdje naar Zimbabwe was gegaan, gedaan. Ook om te kijken of ik na zolang ‘vrije man’ te zijn geweest kon functioneren binnen een raamwerk van een log familiebedrijf. ‘t Was hartstikke leuk. In vergelijking met Rusland was dit een ‘piece of cake’: het uitgeefvak an sich is niet moeilijk als alles geregeld is.” Annemarie vertelt hoe haar ex-werkgever VNU roet in het eten gooide. “Zes jaar na mijn ontslag kocht VNU 35 procent van de aandelen van IM. Ik zat dus in 2000 mét VNU in de Raad van Bestuur van IM, toen ik voor de Telegraaf ging werken.” Uiteindelijk heeft ze haar baan bij De Telegraaf opgegeven (‘IM is toch een beetje mijn kindje’), maar is daar wel commissaris gebleven.

Andere aanpak vrouwen

De afgelopen veertien jaar heeft Annemarie ervaren dat mannen en vrouwen het ondernemerschap anders benaderen. “In Rusland dachten de mannen als ik binnenkwam: ‘We kunnen achterover zitten, haar aanhoren en dan zijn we klaar’. Op het moment dat ze merkten dat ik kei- en keihard was en totaal wist waar ik over praatte, had ik ze te pakken. Daar waren ze niet op voorbereid. Vrouwelijke charmes in het ondernemen kenden ze niet, het was voor het eerst dat ze ermee te maken kregen. Dat was soms een gigantisch voordeel. In Nederland is het eigenlijk net zo. Op de een of andere manier kom ik zacht over”, zegt ze vriendelijk. “Mensen denken eerder dat ik verlegen ben dan keihard. Ik ben zeker niet verlegen. Mensen die mij kennen weten wat ik kan doen.” Annemarie constateert daarna dat mannen en vrouwen elkaar niet altijd begrijpen. “Het is alsof we twee talen spreken. Vrouwen hebben ook geen ‘Old boys network’. Als ik met een vrouw een zakelijk gesprek heb, gaat dat zó snel. Dat is zo'n verademing,

omdat je op basis van argumenten zoveel gedaan krijgt in een uurtje. Met een man praten is wolliger.”

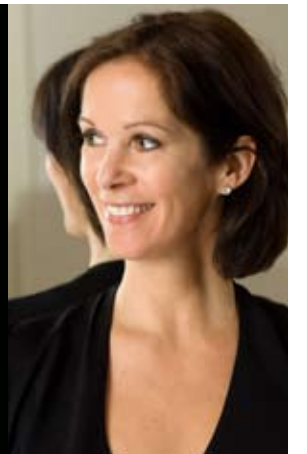
“Vrouwen in Rusland zijn daar als groep altijd heel erg onderdrukt. Ze hadden de verantwoordelijkheid voor het gezin en moesten het hardst werken. Zij braken tramrails open, waren bouwvakkers. Mannen zaten met een stempel in de hand achter een bureau. Het was in het communistische Rusland zo erg dat een hele beroepsgroep er financieel op achteruit ging als er meer vrouwen dan mannen werkten. Bij ons werden ze wel als mensen gewaardeerd. De situatie is beter geworden en bladen als Cosmopolitan hebben daar een ongelooflijke bijdrage aan geleverd. Als een oudere zus, die een jongere zus bij de hand neemt... Wij hadden de uitgeefrechten van bladen die in het Westen al verschenen en maakten altijd aangepaste versies. Met Men's Health was er sowieso een probleem. De naam was niet uit te spreken en hoe moest je in Rusland, wat een ongelooflijk homofobisch

land is, een blad met een halfnaakte man op de cover verkopen aan mannen?”

Annemarie zou over haar leven in Rusland en daarna een spannend meisjesboek kunnen schrijven, maar ze doet het niet. “Bepaalde gebeurtenissen zijn zo onlogisch. Neem het optreden van de Russische belastingpolitie. Die stuurt vijftien met kalashnikovs bewapende mannen, die bovendien bivakmutsen dragen, op je af. Dat is met niets te vergelijken en dat geldt voor veel dingen. Dat geloof je niet als je het leest, dat moet je van mijzelf horen. Daarom vertel ik mijn verhaal bijna elke maand voor een zaal met mensen. En dan hoop ik dat er veel interactie is tijdens zo'n lezing, want soms is een antwoord op een hele simpele vraag voldoende om mensen nog beter te laten begrijpen waar het over gaat.”

“Ik denk wel dat ondernemen altijd in mijn karakter heeft gezeten.”

Annemarie van Gaal (1962) is eigenaar van uitgeverij AM Media, die twee glossy bladen uitgeeft: het maandblad AM Magazine (‘Stylish, sexy & succesvol’) voor vrouwen vanaf ongeveer 35 jaar en het kwartaalblad Tweed (‘Royals, rich & rulers’). Daarnaast heeft ze een onroerendgoedbedrijf en adviseert ze als ‘industry expert’ bij belangrijke mediatransacties. Van 1992-2000 heeft ze samen met Derk Sauer in Moskou de uitgeverij Independent Media geleid. Daarna is Annemarie van Gaal directeur geweest van de tijdschriftengroep van De Telegraaf en heeft ze een kledingwinkel gehad aan de P.C. Hooftstraat in Amsterdam. Ze heeft twee zonen (22 en 11 jaar). Voor nadere informatie: annemarievangaal@speakersacademy.nl



“Men hoeft noch te hopen om iets te ondernemen, noch te slagen om te volharden” (Willem van Oranje)