

Carel van Pampus en Monique Burger  
over het succes van hun boekhandel

# 'Je winkel stopt niet bij je voordeur'

■ TEKST JORRIT ROERDINKHOLDER | FOTOGRAFIE BRITT SLEEBOS

*Beiden streden vorig jaar om de titel Beste Boekhandel van Nederland – ze wonnen net niet. Amsterdammers Carel van Pampus van Boekhandel Van Pampus en Monique Burger van De Nieuwe Boekhandel over hoe zij succesvol zijn in een neergaande markt en wat andere retailers ervan kunnen opsteken.*

De kloeke espressomachine in Boekhandel Van Pampus weerkaatst het licht over de Amsterdamse KNSM-laan. De muren zijn behangen met ingelijste foto's van de omgeving, er staan aangename leunstoelen en er is een loungeruimte met kussens, waar de bezoeker met een boek kan wegdromen. Dit is een boekhandel plus, zegt het interieur. Hier geen stoffigheid of gehaast; genieten staat voorop. Eigenaar Carel van Pampus bereidt een cappuccino en neemt de tijd om te vertellen wat hem drijft. Zijn branchegenoot Monique Burger doet een dag later aan de andere kant van de stad hetzelfde, maar dan over haar zaak, De Nieuwe Boekhandel, aan de Bos en Lommerweg. Beide zaken zijn een paar jaar geleden geopend, hebben zo'n 5000 titels in huis, omvatten 140 vierkante meter en de sfeer is aangenaam klantvriendelijk, fris en ontspannen. De eigenaren houden van de kleinschaligheid, hebben een nauwe band met de buurt en duiken allebei persoonlijke pareltjes op in het boekenaanbod om die als een missionaris te delen met de bezoekers. Dat worden vaak terugkerende klanten en zelfs ambassadeurs die nieuw publiek aandragen.



Carel van Pampus



Monique Burger

KIES EN GELOOF IN DE  
PRODUCTEN; LAAT JE  
OGEN TWINKELLEN



De namen van schrijvers die hebben opgetreden in De Nieuwe Boekhandel.



Bij Van Pampus kun je inlezen terwijl je een kopje koffie drinkt.

Na een jarenlange carrière bij een softwarebedrijf wilde Van Pampus iets voor zichzelf beginnen. Zijn buurt miste een boekenwinkel, dus opende hij er een. Omdat aan de monumentale gevel geen naambord mocht, ging hij maar evenementen organiseren om naamsbekendheid te forceren. De evenementen hebben zelden direct met literatuur te maken. "We hebben bijvoorbeeld een flamenco-

avond gehad en een avond met architecten over de totstandkoming van deze buurt, die zij hebben ontworpen", vertelt Van Pampus. "Dat is een soort masterclass, dat is fantastisch. Dat doen we op een zondag of vrijdagavond hierboven, waar mijn vrouw yogales geeft. Daar zet ik zeventig stoelen in en een beamer en beneden faciliteer ik de hapjes en drankjes. Ik verkoop meestal enkele boeken. Het is geen vetpot, maar het is ook een cultureel podium voor de buurt. Dan weten de mensen dat er een boekwinkel zit en komen ze terug. De buurtbewoners zijn enthousiast en komen zelf met meer ideeën dan wij tijd hebben."

Burger maakte al van de opening van De Nieuwe Boekhandel een evenement. Driehonderd man binnen. Later, op de boekpresentatie van Saskia Goldschmidt, verkocht ze in een uur tijd 120 boeken. Ze organiseert twee tot vier evenementen per week, heel divers: een kookworkshop, boekpresentatie, rappende schrijvers, een debat over neurowetenschap of een avond over een hbo volgen als allochtoon. "De winkel is dan gewoon open", zegt de eigenaresse. "Ik heb zoveel mogelijk frontale presentatie, zodat de mooie omslagen de bezoekers tegemoet lachen en dan kopen ze op een gegeven moment."

Ze spoort de evenementbezoekers altijd expliciet aan om rustig

rond te kijken, te denken aan de verjaardagen die ze voor de boeg hebben en zoveel mogelijk boeken te kopen. Laatst gaf een klant er een verjaardagsborrel voor twintig vriendinnen. Die gingen ook shoppen voor de naderende verjaardagen. "We hadden een topmiddag", lacht Burger. Er komt in de winkel ook een maandelijkse leeskring waar gemiddeld twaalf mensen een boek bespreken en na afloop het boek bestellen voor de maanderna.

Slim ondernemerschap allemaal, maar de boekverkoopster kijkt verder. Er zijn in de boekhandel voorleesmiddagen voor schoolklassen uit de buurt. Dan laat ze de ouders de kinderen in de winkel oppikken. Het zijn vooral zwarte scholen en de ouders komen niet vaak in een boekhandel. "Ik vind het geweldig om ze dit te laten zien. Je winkel stopt niet bij je voordeur." Zo zat ze vorig jaar in een jury van de voorleeswedstrijd bij een buurtschool, zit ze in een denktank van stadsdeel West en bemoeit ze zich ook met de buurt. Ze bemiddelde bijvoorbeeld voor een leegstaand pand een paar deuren verderop tussen een make-laar en de nieuwe eigenaar van de biologische winkel. "Als je onderneemt moet je samen met je partners zorgen dat je een heel sterk winkelgebied neerzet."

## Dorps

Van Pampus werkt ook samen met de winkeliers die naast elkaar zitten. Aan gezamenlijke publiciteit, want veel mensen

kennen de winkels nog niet. "Verder probeer ik op scholen een voet tussen de deur te krijgen om te leveren voor de bibliotheken. En als ze een project doen over Amerika kan ik een tafel met bijpassende boeken neerzetten. Ik doe ook presentaties op ouderavonden van de

school. Die ouders komen misschien nog eens in de winkel. Je moet meer zijn dan alleen maar boekhandel. Je moet iets aan je buurt toevoegen. Zoals een OV-chipkaart-oplader die hier staat als service. Ook zijn er schoolklassen op bezoek geweest

# HAAL JE TAPIJT WEG OF KRAB IN ELK GEVAL DE KAUWGOM ERUIT

## ONDERNEMEN VOLGENS CAREL VAN PAMPUS EN MONIQUE BURGER

**Bouw een nauwe band op met de buurt**

**Organiseer activiteiten en evenementen**

**Werk samen met de winkels naast je voor publiciteit**

**Hanteer een persoonlijke en enthousiaste benadering**

**Wees verrassend met je assortiment**

**Wees ook online actief**

**Gebruik Twitter en Facebook voor klantenbinding**

**Zeg nooit nee**

**Kies en geloof in de producten die je aanbiedt**



## WE DOEN AAN GEZAMENLIJKE PUBLICITEIT

die ik heb uitgelegd hoe een boekwinkel werkt. Dat gaat niet om geld verdienen. "Van Pampus verkoopt boeken die hij zelf mooi en goed vindt. Boeken over havens of herontwikkelde havengebieden vindt hij leuk. "Maar daar kan de winkel niet op draaien. Daar moet je goede literatuur voor hebben en zelfs wat minder goede literatuur, zoals Kluun. Je kunt niet elitair te zijn, maar ik doe niet mee aan de verschraving. Wij boekhandelaren moeten verrassen. Niet alleen de top 10, maar juist ook de rest. Hoe meer je op de Bruna lijkt, hoe meer je boekenliefhebbers afstoot. Op internet zie je wel staan: andere kopers van dit boek kochten ook, maar je kunt niet makkelijk in de breedte kijken. In een boekwinkel ligt wat die boekhandelaar met zijn malle hoofd heeft bedacht. Dat is zijn persoonlijke stempel." De stad is gezegend met talloze boekhandels die grossieren in de top 20, signaleert Burger. "Wij hebben die ook wel, maar we hebben ook veel aparte dingen. Er staan zoveel mogelijk boeken met de cover naar voren, want dan is de omloopsnelheid veel hoger dan met een gesloten kast."

Bij Van Pampus staat maar een klein gedeelte van de boeken met de voorplaat naar voren. "De kaft verkoopt makkelijker, maar ik heb te veel boeken om het met allemaal te doen. Ik wil het niet voldouwen, anders kun je er niet meer lopen."

Van Pampus kent zijn klanten niet allemaal bij naam, hij weet meestal wel wat ze al gekocht hebben en kan andere dingen aanbevelen. "Dat vinden ze altijd geweldig. Het is een beetje dorps, een beetje kleinschalig."

### Dwarsverbanden

Wat mensen hier vinden wat ze elders niet vinden? "Ons, als mens", zegt Burger. "We bieden een persoonlijke, enthousiaste benadering en zoeken altijd dwarsverbanden. Je kunt lekker zitten en door boeken bladeren." Ze wijst op een man die in reisboeken zit te snuffelen. "Dat gebeurt er." Om de klanten niet te verliezen aan



Bij Van Pampus is ook aan de kinderen gedacht. Linksonder een plekje waar de kleintjes zich terug kunnen trekken.

Online en fysiek gaan bij De Nieuwe Boekhandel hand in hand.



Bol.com vertelt Burger klanten dat ze ook via haar website kunnen bestellen. Bij Van Pampus moeten mensen een mailtje sturen, want hij heeft niet de hele catalogus online staan. "Amazon biedt boeken onder kostprijs aan", zegt Van Pampus. "Daar kan ik niet tegenop. Maar prijs is niet alles. Als je je aanpast aan de buurt komen mensen graag." Binnenkort kunnen mensen wel e-books downloaden via zijn site. E-readers verkoopt hij niet. "Dat zijn gadgets." Burger omarmt het digitale lezen. Je kunt er e-readers en e-books kopen. Op een computer middenin de winkel staan alle bestaande luisterboeken, in de kast ernaast staat een selectie op cd. Ze laat mensen zien hoe ze e-books kunnen downloaden. "Dat helpt om je vaste klanten te houden."

In het kader van klantenbinding twittert ze ook met 2700 volgers en gebruikt ze Facebook, de website en een nieuwsbrief die naar 3000 geïnteresseerden gaat. "Het is belangrijk dat je laat weten dat je er bent en wat je doet. Meestal twitter ik meteen foto's als het weer gelukt is de winkel vol te krijgen bij een evenement. Net feliciteerde ik per tweet twee schrijvers met de nominatie voor de Jongerenliteratuurprijs. Dan weten mijn volgers dat we het boek goedkeuren en dan gaat het meteen daarna beter verkopen." Per Twitter kondigt ze ook de evenementen aan.

Burger: "Een boek loopt niet vanzelf de winkel uit. Nee is bij ons nooit nee. Ik zoek altijd net zolang door tot ik een klant verder kan helpen. Ook al verkoop ik niks, hij komt terug en dan verkoop ik misschien wel vier boeken tegelijk." Betrokkenheid werkt, concludeert Burger. "In veel winkels heb ik het gevoel dat verkopers totaal geen affiniteit met het product hebben. Ze weten er niks van en alles zit onder het stof."

Ze schreef er zelfs een boek over: Groeten is gratis, over hoe je een goede verkoper wordt. Met praktische tips als: een winkel moet niet rommelig zijn. Niet alles opstapelen en vol zetten met wankele displays. "Haal je tapijt weg of krab in elk geval de kauwgom eruit", adviseert Burger. "Kies en geloof in de producten. Laat je ogen twinkelen en suggereer bijverkoop. Als je het geen sport vindt om te verkopen en een goede omzet te draaien, ga dan niet in een winkel werken." **T2d**