

# DOORBREEK INNOVATIEBARRIÈRES

Vijftien strategieën om management buy-in voor innovatie te vergroten

Innovators zoals jij en ik, worden geconfronteerd met talloze barrières. De klinkende antwoorden die je keer op keer krijgt van jouw superieuren, collega's en partners op je innovatievoorstellen zijn een ontmoedigend 'NEE!' en duizenden waaroms. Onze grootste uitdaging is om managementsteun te krijgen voor innovatie en, als we eenmaal op weg zijn, hun commitment te behouden tijdens de ontwikkeling van onze nieuwe initiatieven.

Of je nu een visionair, pionier, consultant, corporate innovator of startende ondernemer bent, dit boek geeft je de tools om de belangrijkste barrières voor innovatie te overwinnen. Je leert hoe je de buy-in van managers en investeerders kunt winnen, en jouw visie en dromen kunt omzetten in tastbare realiteit.

In dit baanbrekende boek vind je vijftien bewezen strategieën waarmee je die klinkende nee's kunt omzetten in hartgrondige ja's. Elke strategie wordt nauwkeurig uitgelegd en vergezeld door een verzameling inspirerende citaten, die je op precies het juiste moment kunt gebruiken in jouw innovatie pitches. Je duikt in de innovatieverhalen van zes innovators van over de hele wereld die voor dezelfde uitdagingen stonden als jij, en ontdekt de inspiratie die hen hielp om hun management te overtuigen.

Het is tijd om de barrières die je in de weg staan te doorbreken. Laat dit boek jouw gids zijn op jouw innovatiereis.

**“INNOVATIE STOPT NIET BIJ DE EERSTE NEE!  
DAN BEGINT HET PAS ECHT.”**



## GIJS VAN WULFEN

Gijs van Wulfen is als keynote speaker een wereldwijde autoriteit op het gebied van innovatie, en heeft meer dan 300.000 volgers op LinkedIn. Hij is door Thinkers360 uitverkozen als leidende 'Thought Leader' over Design Thinking. Hij schreef onder andere het bekroonde boek *Het Innovatiedoolhof*. Zijn boeken en methodes worden over de hele wereld gelezen en toegepast.



- > Baanbrekend boek van veelgeprezen auteur Gijs van Wulfen, die inmiddels wereldwijd meer dan 50.000 boeken heeft verkocht.
- > Zijn boek *Het Innovatiedoolhof* is Managementboek van het Jaar (2017).
- > Inspirerend en praktisch HOE-boek.

UITVOERING paperback  
OMVANG 208 pagina's  
AUTEUR Gijs van Wulfen  
FORMAAT 15 x 20 cm  
ISBN 9789089657817  
NUR 801  
THEMA KJ  
PRIJS € 26,99  
VERSCHEIJNT maart 2025

# DOE ANDERS EVEN ANDERS

Maak een wereld van verschil met tegennatuurlijk advies over cultuurverandering

**Cultuurverandering gaat niet vanzelf, daar moet je echt wat voor doen! Als je als adviseur verstand hebt van cultuurverandering en jouw eigen arsenaal inzet om de oude cultuur uit de vloerbedekking te krijgen, heb je goud in handen voor organisaties die struikelen over onbegrijpelijke en hardnekkige cultuurdingetjes.**

Met haar nieuwste boek *Doe anders even anders* biedt Maaike Thiecke adviseurs een systemisch perspectief op cultuurverandering en de specifieke invloed die je als adviseur hebt om cultuurverandering dichterbij te brengen. Als je het boek gelezen hebt, weet je:

- Waarom je vrienden moet worden met tegennatuurlijk kijken en handelen als cultuurverandering je lief is.
- Hoe je simpel regelt dat de deuren wijd opengaan voor jouw veranderverstand, in plaats van dat het keurig in de verpakking blijft liggen.
- Hoe je met verve de rol van tolkvertaler en gids vervult, waarom je de bijrol van pretbederver en dienstweigeraar nodig hebt en waarom de rol van holding spacer en olifantentemmer je redding is in cultuurverandering.

Een boek speciaal voor adviseurs met een groot hart voor cultuurverandering in organisaties. Adviseurs die doen wat nodig is om cultuurverandering dichterbij te brengen en een wereld van verschil maken met tegennatuurlijk adviseren én handelen.

**“WAAROM JE VOOR CULTUURVERANDERING  
PRECIES HET TEGENOVERGESTELDE MOET  
DOEN DAN WAT JE INTUÏTIE ZEGT.”**



## MAAIKE THIECKE

Maaïke Thiecke is psycholoog, bestsellerauteur en uitvinder van een ongebruikelijke bril op organisatie- en cultuurverandering. Zij heeft verstand van oude én nieuwe cultuur in de vloerbedekking van je organisatie en schreef in 2022 de bestseller *Cultuurdingetje, hè...* Ze adviseerde talloze organisaties en leidde adviseurs op in tegennatuurlijke 'vloerbedekkinglogica'. Met haar bedrijf *Voer voor verandering* leidt zij adviseurs met tomeloze veranderambitie op.



- > Nieuwste boek van bestseller-auteur Maaïke Thiecke. Van haar vorige boek *Cultuurdingetje, hè...* zijn meer dan 5.000 exemplaren verkocht.
- > Heel actueel onderwerp: cultuurverandering binnen organisaties is aan de orde van de dag en vaak broodnodig, helaas.
- > Zeer geïnteresseerde en grote doelgroep die veel boeken koopt.
- > Vol humor en onverwachte inzichten.

UITVOERING flexcover  
OMVANG 240 pagina's  
AUTEUR Maaïke Thiecke  
FORMAAT 22 x 22 cm  
ISBN 9789089657732  
NUR 801  
THEMA KJU  
PRIJS € 34,99  
VERSCHIJNT februari 2025

# GASTVRIJ!

Omdat klantgerichtheid alleen niet meer genoeg is

**Klantgerichtheid: de heilige graal voor veel organisaties. 'Bij ons staat de klant centraal,' zeggen ze vol trots. Tegelijkertijd tref je bij diezelfde organisaties online chatbots, een aanmeldzuil, lange wachtrijen en onpersoonlijke procedures. En heb je er wat gekocht en betaald, dan lijkt je niet meer te bestaan, tot het moment dat je een feedback-survey ontvangt: 'Wij waarderen jouw feedback.'** Beste lezer, is dat klantgericht?

Het is tijd om jezelf en jouw organisatie écht gastvrij te maken en klanten te behandelen als gasten. Klanten kopen iets, maar gasten geef je een ervaring. Wat geef jij jouw gasten? Een beleving waarin zij écht centraal staan. Waar ze zich meteen gezien, begrepen en welkom voelen. En waar advies niet per se hoeft te leiden tot directe verkoop. Nu geen klant, maar wel een ambassadeur voor jaren!

Iedereen heeft gasten in het leven: collega's, patiënten, studenten, bezoekers of familie. Gastvrijheid maakt voor iedereen, altijd en overal hét verschil. Het goede nieuws? Gastvrijheid kun je leren. Het is een vaardigheid en dit boek geeft je alle tools om het direct toe te passen. Want alleen door echt gastvrij te zijn bouw je duurzame relaties voor de lange termijn.

**"DE UNIEKE GASTVRIJHEIDSMETER© LAAT ZIEN HOE JE ALS INDIVIDU ÉN TEAM GROEIT NAAR EEN 9+ GASTBELEVING DIE ECHT VERSCHIL MAAKT."**



## STIJN VAN BOXTEL & JORDY VAN HEESE

Stijn van Boxtel en Jordy van Heese brengen sinds 2021 gastvrijheid naar een hoger niveau in Nederland. Met hun eerste boek veroverden zij de harten van organisaties, zowel binnen als buiten de horeca. Na honderden workshops en duizenden deelnemers presenteren zij in hun tweede boek hun nieuwe visie: Klantgerichtheid is niet meer genoeg! Zij dagen teams én hele organisaties uit om kritisch te kijken naar hun huidige beleving. Met hun kennis en ervaring helpen zij hen om te groeien naar een 9+ gastbeleving!



- > Creëer een 9+ gastbeleving met de Gastvrijheidsmeter©
- > Start direct: GASTVRIJ! staat bomvol met tips, illustraties en praktijkvoorbeelden waar je vandaag mee aan de slag kunt.
- > Sla de brug tussen verkoop en gastvrijheid: gasten die vertrouwen voelen, komen graag terug en betalen met plezier voor jouw dienst of product!

UITVOERING paperback

OMVANG 208 pagina's

AUTEUR Stijn van Boxtel, Jordy van Heese

FORMAAT 17 x 24 cm

ISBN 9789089657756

NUR 802

THEMA KJ

PRIJS € 29,99

VERSCHEIJNT februari 2025

# STOP MET CASANOVA-MARKETING

en ga voor de perfecte match

Veel MKB-bedrijven slagen er niet in om hun droomklanten binnen te halen, terwijl ze vaak wel de perfecte oplossingen voor deze klanten hebben. Hoe dat komt? Ze doen aan Casanovamarketing! Keer op keer willen B2B-marketeers snel scoren met eenmalige sales als gevolg. Met hun acties en campagnes focussen ze zich vooral op one night stands: ze willen wel de leads maar niet de relatie. Maar niemand wil behandeld worden als een eenmalig pleziertje!

Hoe jij het als marketeer wél voor elkaar krijgt om je droomklanten binnen te halen? Door het romantische spel te spelen van inleven, aandacht geven, aantrekkelijk zijn en vooral: charmeren! Net als in het echte leven willen prospects en klanten speciaal gevonden worden. Ze willen niet alleen aandacht krijgen als er wat te halen valt, maar het gevoel hebben dat het draait om wie ze zijn. Ze houden ervan verleid en verrast te worden en bouwen graag rustig een goede relatie op voor ze 'ja' zeggen.

Op humoristische wijze leidt Wing Cheung je door het ultieme verleidingsproces: *know you, like you, trust you, love you*. Met deze praktische en bewezen vier-fasen-aanpak leer je o.a. hoe jouw droomklant eruitziet en hoe je die echt leert kennen, hoe je vertrouwen en loyaliteit wint, en hoe je campagnes bouwt om je droomklanten binnen te halen die een langdurige samenwerking willen aangaan.

Zo bouw je een stabielere klantenportefeuille op die meer winst, minder zorgen en langdurige klantloyaliteit oplevert.

**“EEN MUST-HAVE VOOR IEDERE B2B-MARKETING- EN SALES PROFESSIONAL DIE ZIJN DROOMKLANTEN WIL BINNENHALEN.”**

**- ROB OVERDUIN, VOORZITTER EN ALGEMEEN DIRECTEUR VAN HET NIMA**

## WING CHEUNG

Wing Cheung is een ervaren B2B-marketingstrateeg en oprichter-eigenaar van het succesvolle B2B marketingbureau Synerflow en heeft meer dan 15 jaar expertise met winstgevende marketingstrategieën op (internationaal) niveau. Hij staat erom bekend dat hij ingewikkelde onderwerpen helder weet uit te leggen. Daarnaast is Wing docent bij het NIMA, jurylid voor de NIMA Marketingprijzen, bestuurslid van de NIMA-B2B Community en auteur van het B2B-marketinghoofdstuk in het NIMA Marketingfacts Jaarboek.



- > Bewezen aanpak met praktische tips, handvatten en concrete structuur voor de uitvoering.
- > Leuk en vlot geschreven, geen moeilijk marketingjargon.
- > Inclusief tips en tools voor ondersteuning door AI en andere technologie.

UITVOERING flexcovr  
 OMVANG 192 pagina's  
 AUTEUR Wing Cheung  
 FORMAAT 15 x 23 cm  
 ISBN 9789089657855  
 NUR 802  
 THEMA KJS  
 PRIJS € 29,99  
 VERSCHIJNT april 2025

# AI IN MARKETING

## Gids voor de marketingprofessional van de toekomst

Marketing zoals we die al jarenlang kennen, houdt op te bestaan. Kunstmatige intelligentie (AI) zet het vak volledig op zijn kop. Technologische ontwikkelingen brengen veranderingen met zich mee die enorme gevolgen hebben voor marketeers en hun dagelijkse werkzaamheden. Marketeers die segmenteren en content creëren op basis van slimme modellen zullen het winnen van de marketeers die post-its plakken voor persona's en uren besteden aan een blog. Het vak van de marketingprofessional staat dan ook op een kantelpunt. Dat betekent dat marketeers hun vak opnieuw moeten uitvinden en herijken wat het betekent om een marketeer te zijn.

Marketeers onderschatten de impact van AI op hun eigen werkzaamheden nog steeds. AI is immers voorbehouden aan de Googles en Meta's van deze wereld, toch? Maar AI is dichterbij dan we denken. En de mogelijkheden voor marketeers liggen voor het oprapen. Als je die niet oppakt, doe je jezelf en de organisatie waarvoor je werkt echt tekort.

*AI in marketing* wist het mysterie rondom AI en geeft marketingprofessionals concrete toepassingen van AI binnen hun vakgebied. Door middel van real life cases, heldere stappenplannen en methodes leert Charida Dorder je anders kijken naar je marketingwerkzaamheden. Je krijgt concrete handvatten om efficiëntere en intelligente campagnes te realiseren en de concurrentie een stap voor te blijven. Daarnaast besteedt ze aandacht aan valkuilen en ethische AI-vraagstukken.

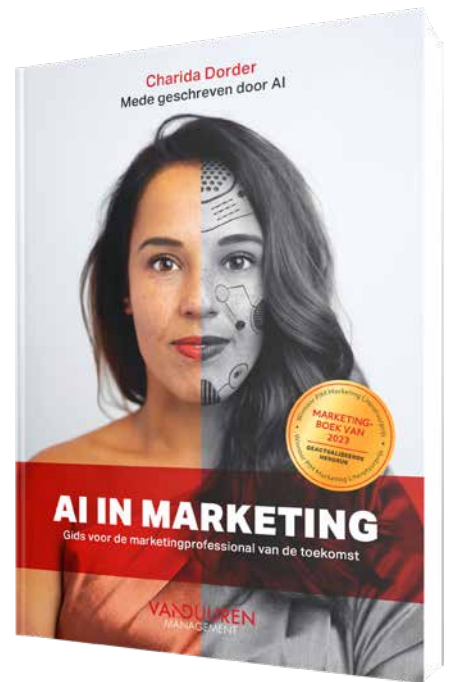
*AI in marketing* is een onmisbaar boek voor iedere marketeer die optimaal wil profiteren van de samenwerking tussen mens en machine. Voor de marketingprofessional die verder kijkt.

**“AI MAAKT HET WERK VAN MARKETEERS NIET OVERBODIG, MAAR MARKETEERS DIE NIET MET AI WERKEN WORDEN WÉL OVERBODIG.”**



### CHARIDA DORDER

Charida Dorder werkt meer dan tien jaar in het marketingvak en is oprichtster van het platform [aiformarketingacademy.com](https://aiformarketingacademy.com). Als spreker voor o.a. het AI-program aan de Ivy League Columbia University in New York focust Charida zich op het toegankelijk maken van AI. Daarnaast is ze member van de AI Coalitie, partner van het Responsible Applied AI programma, docent aan de Erasmus Universiteit en Beeckestijn Business School en begeleidt ze AI-trajecten voor mkb'ers, agencies en corporates.



- > Derde geactualiseerde herdruk.
- > Winnaar PIM Marketing Literatuurprijs 2023.
- > Het marketingboek voor de toekomst.

**UITVOERING** paperback

**OMVANG** 242 pagina's

**AUTEUR** Charida Dorder

**FORMAAT** 17 x 24 cm

**ISBN** 9789089657794

**NUR** 802

**THEMA** KJSG

**PRIJS** € 32,99

**VERSCHIJNT** februari 2025

# INFLUENCERS

Van virale hits tot risico's: de evolutie van influencer marketing

*Influencers* belicht de razendsnelle evolutie van influencer marketing en de impact ervan. Wat begon als een experiment is uitgegroeid tot een bewuste strategie voor veel bedrijven. Maar met die groei komen ook risico's, van mismatches tot reputatieschade. De vraag is: hoe maak je als bedrijf de juiste keuzes en bouw je een duurzame samenwerking op met influencers?

Carole Lamarque geeft daar met dit boek de antwoorden op, met praktische inzichten, DIY-oefeningen, recente cases en een AI-ondersteunde applicatie om influencer marketing te transformeren tot een succesvolle en duurzame groeistrategie. Want er blijkt een grote behoefte te zijn aan een basiswerk over influencemarketing omdat organisaties willen weten hoe ze als merk met influencers aan de slag kunnen gaan. Want het lijkt zo simpel maar het kan heel makkelijk ook helemaal misgaan.

Een belangrijk boek voor marketeers, ondernemers, zzp'er en natuurlijk de influencers zelf.



- > Nieuwe editie van het standaardwerk over influencer marketing.
- > Alle aspecten van influencer marketing in kaart gebracht.
- > Met recente cases en DIY-oefeningen.

**“INFLUENCERS ARE THE NEW POWER BROKERS IN THE AGE OF DIGITAL STORYTELLING. THEY TURN AUTHENTICITY INTO THE MOST VALUABLE CURRENCY OF TRUST.”**

**- GARY VAYNERCHUK, ONDERNEMER, SPREKER EN BESTSELLERAUTEUR**

## CAROLE LAMARQUE

Carole Lamarque is een toonaangevende marketingexpert en auteur van succesvolle marketingboeken. Ze bereikt dagelijks 30.000 Belgische ondernemers op LinkedIn en is expert in groeistrategieën, digitale marketing, influencers en consumentengedrag. Carole's carrière in de telecom-, media- en energiesector leidde tot innovaties zoals de lancering van internet in België en Cloud Computing. Ze is keynotespeaker, maar ook Maître de Cérémonie voor Advanced Marketing aan de Solvay Brussels School.

**UITVOERING** ingenaaid  
**OMVANG** 240 pagina's  
**AUTEUR** Carole Lamarque  
**FORMAAT** 17 x 24 cm  
**ISBN** 9789020920369  
**NUR** 802  
**THEMA** KJS  
**PRIJS** € 34,99  
**VERSCHIJNT** februari 2025

# CONSCIOUS BUSINESS

Winst maken zonder dat mens of planeet daar de prijs voor betaalt

Als je bedrijf perfect is, hoe ziet het er dan uit? Hoe winstgevend ben je dan? En zit daar een optimum in? Hoe zien je collega's en medewerkers jou en welke relatie heb je met hen? Hoe ga je om met de andere stakeholders van je organisatie? En maakt het bedrijf ook de wereld een stukje beter?

*Conscious Business* maakt duidelijk hoe je het goed kunt doen voor alles en iedereen die bij je bedrijf betrokken is. Veel van de bedrijven die op de conscious business-manier werken, creëren zelfs meer waarde en winst dan voorheen.

In dit boek laat Hendrik Jan van Es je zien hoe je je *purpose* bepaalt en implementeert, wat ervoor nodig is om je te ontwikkelen tot een conscious leader, hoe je een door waarden gedreven cultuur bouwt, hoe je je business case toekomstbestendig maakt en al je stakeholders omarmt en activeert. Geïnspireerd door de cases van veelal in Nederland gevestigde bedrijven geeft het boek je ook de handvatten om de logische vervolgstappen met jouw bedrijf te zetten.

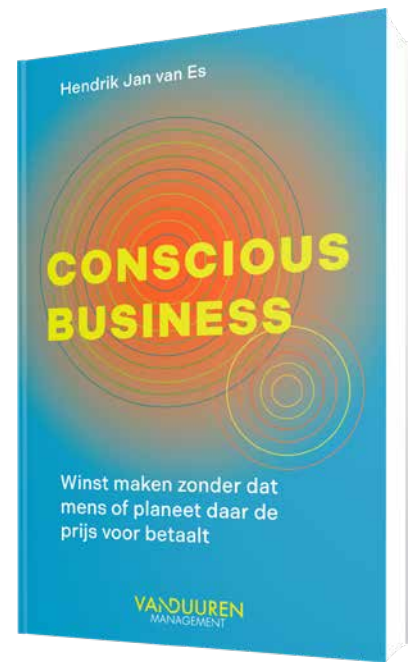
**“JE KUNT JEZELF OF JE BEDRIJF TOCH NIET SUCCESVOL NOEMEN IN EEN WERELD DIE FAALT?”**

**- FIJKE SIEBESMA ALS CEO VAN DSM**



## HENDRIK JAN VAN ES

Hendrik Jan van Es is bedrijfseconoom en filosoof, en altijd als ondernemer actief geweest met de vraag hoe het beter kan. De systematiek van Conscious Capitalism liet voor het eerst zien dat meer winst en het goed doen voor al je stakeholders mogelijk is. De Amerikaanse invulling is nu herzien naar de Nederlandse realiteit. Met de Nederlandse manier van werken zijn we bij uitstek in staat om het goede te doen voor alle betrokkenen in het bedrijfsproces.



- > De meeste boeken gaan over (zelf)leiderschap, cultuur, organisatie of stakeholders. *Conscious Business* geeft het systemische model dat deze onderdelen integraal verbindt.
- > Veel Nederlandse bedrijven laten zien hoe het anders kan. Deze cases zijn inspirerende eye openers en zetten aan tot actie.
- > De *Morele Ambitie* (Rutger Bregman) voor bedrijven. *Conscious business* is niet alleen het juiste om te doen, het brengt je ook het meest!

UITVOERING paperback

OMVANG 160 pagina's

AUTEUR Hendrik Jan van Es

FORMAAT 15 x 23 cm

ISBN 9789089657893

NUR 800

THEMA KJ

PRIJS € 28,99

VERSCHEIJNT april 2025

# DE MAAKBARE SAMENWERKING

Het ontwerpen van vitale organisaties met model Baarda

Model Baarda wordt al in veel moderne, kennisintensieve organisaties toegepast voor loopbaan- en beloningsbeleid. Het model is gebaseerd op acht rollen die elk een niveau van probleemoplossend vermogen beschrijven. Door te werken met dit model slagen deze ondernemingen er beter dan andere bedrijven in om de juiste match te maken tussen hun functies en de individuele capaciteiten van hun mensen, zowel medewerkers als leidinggevenden.

Nog maar weinigen weten dat model Baarda daarnaast bijzonder geschikt is voor strategisch personeelsbeleid. Het model legt de basis voor een logische, weloverwogen inrichting van de organisatie. In dit boek leer je wat jouw primaire proces is, uit welke functies dat moet bestaan, en welke capaciteiten medewerkers moeten hebben om jouw ontwerp in de praktijk slagvaardig uit te voeren.

Kunnen werken met dit model maakt van de lezer een ideale organisatieadviseur. Hij zal zijn management kunnen adviseren over het optimale design dat van de bedrijfsfocus is afgeleid, en hoe daarmee het loopbaan- en beloningsbeleid in lijn kunnen worden gebracht. Kortom, met de richtlijnen uit dit boek legt de lezer een ideale basis voor strategisch personeelsbeleid.

**“DIT BOEK MAAKT VAN ELKE ORGANISATIE EEN VITALE ORGANISATIE. EN VAN ELKE LEZER EEN IDEALE ORGANISATIE-ADVISEUR.”**

## ROLF BAARDA

Rolf Baarda startte in 1992 Bureau Baarda voor beloningsmanagement en organisatieadvies. Sinds 2024 maakt Bureau Baarda onderdeel uit van BexerHamstra, een onderdeel van Highberg, een internationaal opererend consultancybedrijf gericht op de transitie van organisaties. Van Baarda's hand verschenen eerder *Ken- en Stuurgetallen voor Personeelsmanagement*, *Belonen in Moderne Organisaties*, *Human Business Engineering*, *Agile Belonen* en *De Speler, de Trainer en de Bestuurder*.



- > Een zeer begrijpelijke, theoretische verdieping over een van de lastigste onderwerpen op het gebied van *organizational design*.
- > Een vlot geschreven boek dat gelezen kan worden zonder dat een introductie in model Baarda vereist is.
- > Rolf Baarda schreef meerdere boeken over HR, die samen meer dan 10.000 exemplaren hebben verkocht.

UITVOERING flexcover  
 OMVANG 144 pagina's  
 AUTEUR Rolf Baarda  
 FORMAAT 15 x 23 cm  
 ISBN 9789089657879  
 NUR 807  
 THEMA KJ  
 PRIJS € 29,99  
 VERSCHIJNT maart 2025



# MEESTERADVISEUR

Handboek voor duurzame groei in je adviesrol

Wie als adviseur vandaag de dag nog denkt met kennis en kunde het verschil te kunnen maken, komt bedrogen uit. Ingrijpende technologische en sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen hebben een flinke impact op de rol en toegevoegde waarde van de adviseur. Om je rol als adviseur toekomstbestendig te maken is het noodzakelijk je te ontwikkelen tot Meesteradviseur.

Een Meesteradviseur beschikt over de M-factor. Die M-factor bestaat uit zeven bouwstenen die aangeven met welk gedrag, welke mindset en welke vaardigheden je je kunt onderscheiden. Een adviseur met de M-factor is in staat om proactief diepgaande, wederkerige en duurzame relaties te creëren. Hij (of zij natuurlijk) bouwt aan klantrelaties op basis van vertrouwen, weet cliënten te triggeren op zaken die voor hen relevant zijn en maakt op authentiek wijze het verschil door wie hij is.

Dit boek is speciaal geschreven voor consultants, sales experts, financials en andere adviseurs die de transitie van vakmanschap naar meesterschap willen maken. Om zo meer toegevoegde waarde te kunnen leveren, meer verdieping in het cliëntcontact te bereiken en meer uitdaging in hun advieswerk te vinden. Een win/win voor opdrachtgever en adviseur!

**“CUSTOMER INTIMACY ALS ONDERSCHIEDENDE FACTOR: DE RELATIE EN COMMUNICATIE TUSSEN ADVISEUR EN KLANT WORDT DOORSLAGGEVEND.”**



- > Tweede herziene editie .
- > Met veel (nieuwe of geactualiseerde) reflectievragen, technieken, tests, handvatten en diagnose-instrumenten.
- > Geen onnodige theorie maar direct toepasbaar.



## ROB BERTELS & GERLOF SCHUTTE

Rob Bertels (Bertels Coaching & Consultancy) is organisatieadviseur en (management)coach. Hij is gespecialiseerd in de coaching en (meesterschaps)ontwikkeling van management en medewerkers. Gerlof Schutte (Cascade) is zelfstandig trainer en coach. Hij is intensief betrokken bij de toekomstbestendige meesterschapsontwikkeling van adviseurs in dienstverlenende organisaties. Samen hebben zij honderden professionals naar een hoger niveau getild. Hun ervaringen zijn de inspiratiebron geweest voor dit boek.



UITVOERING flexcover  
 OMVANG 284 pagina's  
 AUTEUR Rob Bertels, Gerlof Schutte  
 FORMAAT 17 x 24 cm  
 ISBN 9789089657770  
 NUR 801  
 THEMA KJ  
 PRIJS € 37,99  
 VERSCHIJNT februari 2025