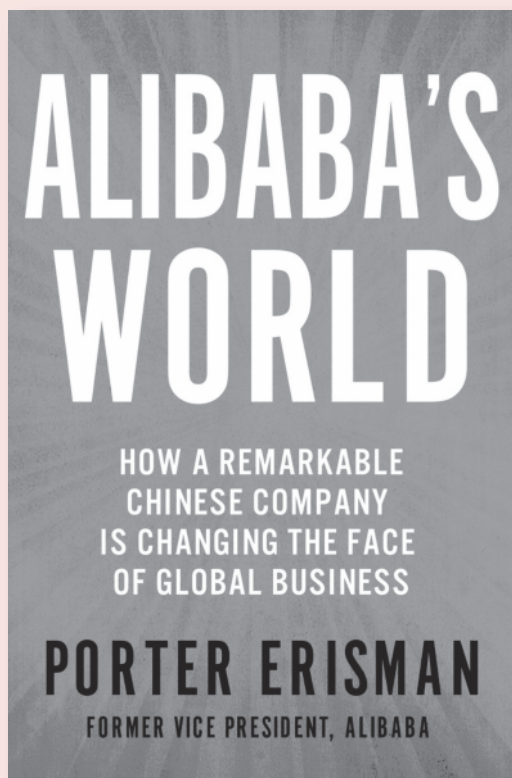


Boek beter dan de film?

Toen ik in 2012 begon met het schrijven van artikelen over de online wereld in China, kwam ik al snel uit op het onderwerp 'Alibaba'. Rond die tijd was er net een documentaire verschenen van Porter Erisman, voormalig vice-president van Alibaba, over de opkomst van China's eerste *e-commerce*-bedrijf en zijn strijd met eBay. Erisman was zo aardig om me de film *Crocodile in the Yangtze* online te laten bekijken als inspiratie voor de artikelen die ik over Alibaba wilde schrijven.



Sindsdien heb ik de film vele malen gezien, waaronder een aantal malen in officiële vertoningen voor Guanxi.nu, Cinemasia en de China Business Association waar Erisman me toestemming voor had gegeven. En elke keer opnieuw vond ik het verhaal van Jack Ma en zijn *start-up* weer fascinerend. Toen Erisman me eerder dit jaar vertelde dat er ook een boek uitkwam over het verhaal vroeg ik me in eerste instantie af wat de toegevoegde waarde was van zo'n publicatie. Het verhaal was immers al verteld in zijn film.

Het boek van de film?

Na *Alibaba's World* gelezen te hebben, moet ik zeggen dat het boek wel degelijk iets toevoegt. Bij het maken van de film was Erisman vooral gebonden aan het beschikbare beeldmateriaal. Daar was redelijk veel van, maar van sommige gebeurtenissen was slechts weinig beschikbaar en andere zaken lieten zich niet gemakkelijk vertellen in beelden of door de *voice-over*. In het boek zijn dan ook diverse interessante zaken te lezen die niet in de film te zien zijn. Voorbeelden hiervan zijn de treiterende correspondentie tussen Erisman en zijn tegenpool bij eBay, de ongemakkelijke ontmoeting tussen Alibaba en 'the Google Guys' Larry Page en Sergey Brin en de problemen bij de overname van Yahoo! China. De eerste 22 hoofdstukken, die wat ongebalan-

Boek beter dan de film?

ceerd variëren van enkele tot tientallen pagina's, lezen gemakkelijk weg en neigen soms naar de sfeer van een spannend jongensboek. Erisman schrijft vanuit zijn eigen perspectief, maar gebruikt volop uitspraken van Jack Ma, en voorkomt zo dat het boek uit monologen bestaat. In tegenstelling tot het teleurstellende eerder gepubliceerde boek over Alibaba met de creatieve titel *Alibaba* (Shiying en Avery), schuwt Erisman de pijnlijkere momenten in het Alibaba-succesverhaal niet. Net als in de film bespreekt hij de verkeerde beslissing om softwareontwikkeling te verhuizen naar Silicon Valley en Jack Ma's emotionele staat als hij enige tijd later mensen moet ontslaan. Ook is Erisman zeer kritisch over het feit dat Jack Ma de wereld van zoekmachines niet begreep en daardoor mede debet is aan het mislukken van Yahoo! China. Wat mij betreft had hij daar *social media* nog aan toe mogen voegen. Ook daar had Ma geen kaas van gegeten.

Dus is het boek beter dan de film? Nee, het boek is anders en wat mij betreft een goede aanvulling op de film. Het boek bevat extra informatie, waaronder twee hoofdstukken met een uitgebreid overzicht van het Alibaba-ecosysteem en verwachtingen voor de toekomst. Net als het daarop volgende hoofdstuk, met veertig lessen die Erisman geleerd heeft in zijn tijd bij Alibaba, hadden die misschien beter gepresenteerd kunnen worden als bijlagen, omdat de stijl anders is dan in de andere, meer verhalende hoofdstukken. Voor mensen die geïnteresseerd zijn in *e-commerce* en *start-ups* in China (en andere opkomende landen) bevatten ze veel interessant materiaal. Wat echter niet volledig te vangen is in het geschreven woord en in de film veel beter tot zijn recht komt, is de passie van Jack Ma. Ma's gedre-

venheid en humor zijn in bijna alle beelden van *Crocodile in the Yangtze* terug te vinden, maar komen op papier minder tot leven. Hoewel ik zeker zou aanraden om het boek te lezen, zou ik tevens willen aanraden het te doen in combinatie met het bekijken van de film, die tegen een kleine betaling online te zien is op *Vimeo on Demand*. Wat mij betreft is het dan ook een gemiste kans dat film en boek niet als bundel worden aangeboden, bijvoorbeeld als een gedrukte versie met een DVD of als *e-book* met een code waarmee de film online te bekijken is.

Een andere beperking waar kijkers en lezers rekening mee moeten houden is dat Erisman Alibaba in 2008 verlaten heeft. Er is sindsdien enorm veel gebeurd met het bedrijf. Het ecosysteem bestond in 2008 vooral uit *alibaba.com* en Taobao (de online marktplaats van Alibaba), maar is sindsdien behoorlijk uitgebreid. Hoewel Erisman hierover wel bericht in de laatste hoofdstukken, hebben we daar niet langer te maken met de ervaring van een *insider* en voegt de tekst inhoudelijk niet veel toe aan bestaande artikelen over Alibaba die in de afgelopen vijf jaar verschenen zijn.

Alibaba's World is verkrijgbaar in het Engels.

ED SANDER

Auteursinformatie: Ed Sander deed als marketingconsultant twee jaar vrijwilligerswerk voor goede doelen in Xi'an. Hij schrijft regelmatig over China, met een speciale interesse in sociale media en e-commerce en geeft lezingen over deze onderwerpen. Zijn artikelen voor diverse publicaties zijn gebundeld in de twee delen van *China Talk* die gratis als e-book te downloaden zijn op www.chinataalk.nl.