

# Spreeken is goud

Er is weer volop behoefte aan sprekers die een teamdag of de presentatie van de jaarcijfers luister bij komen zetten. De vele sprekersbureaus doen goede zaken. De meest gewilde praters verdienen wel 10.000 euro per keer. Sinds corona moet het allemaal wel vlotter en korter. 'Men heeft gewoon minder aandacht.'

door Mark Schalekamp

# H

“Heeft u nog een inspirerende spreker?” Het is de vraag die de sprekersbureaus een keer of tien per dag krijgen. Geïnspireerd worden, dat is wat we willen tijdens een teamdag, een evenement voor klanten, als opleuking van de presentatie van jaarcijfers. Kost een paar duizend piek, maar dan heb je ook wat.

Wat maakt een spreker inspirerend? Dat zijn verhaal bijzonder is, om te beginnen. Zoals dat van Jimmy Nelson, de fotograaf die op zoek ging naar stammen die niet of nauwelijks contact hadden gehad met de buitenwereld. Of van de Nederlandse Marokkaan Joseph Oubelkas, die jarenlang ten onrechte in een Marokkaanse cel zat, waar hij meer dan vierhonderd brieven van zijn moeder kreeg.

Wát iemand vertelt is belangrijk. “Dat kan ook zijn doordat iemand ontzettend veel kennis heeft opgedaan of heel veel vliegrepen op een bepaald vlak heeft

gemaakt,” zegt Maartje IJzerman van het Sprekershuys. Maar dan moet diegene het ook nog eens op een goede manier vertellen. Gepassioneerd. Bevlogen. Uiteraard. “Een goede spreker pompt energie in de zaal. Stuntelt niet en brengt een ingewikkeld verhaal dichtbij,” aldus Aldith Hunkar. De voormalige *Journal*-presentatrice is al jarenlang een veelgevraagd dagvoorzitter en heeft ze allemaal weleens aangekondigd.

En, daar zijn de deskundigen het over eens: er moet gelachen worden! Erik Scherder is een goed voorbeeld. De hoogleraar die bij het grote publiek bekend werd toen hij bij *De Wereld Draait Door* op de tafel ging staan, bespeelt zijn publiek goed, getraind door jarenlang het misschien wel lastigste publiek te moeten boeien: de verveelde student in collegebank tijdens zijn colleges neuropsychologie aan de VU.

Jan Peter Balkenende heeft een vergelijkbare achtergrond. Hij stond als premier te boek als stuntel, maar doceerde als hoogleraar aan de Erasmus Universiteit sprankelend en schijnt als beroepsspreker steengoed te zijn: anekdotisch, persoonlijk, met zelfspot.

**De Nederlandse sprekerswereld** is nog tamelijk jong. Het eerste kantoor is het Maastrichtse Assemblee Speakers, in 1985 begonnen door de vader van de huidige directeur, Maurice van der Kant, die regelmatig sprekers uitnodigde voor zijn businessclubjes. Van het een kwam het ander.

’s Lands bekendste – en grootste – bureau is Speakers Academy, sinds 1997. Gestart door Albert de Booij, aanvankelijk vooral als vehikel voor de sprekersactiviteiten van Pim Fortuyn – De Booij was een drijvende kracht achter de LPF, het kantoor aan de Schiedamse Vest in Rotterdam diende ook als vergaderhol voor de partij.

Vriendschappelijk werd het nooit tussen de twee, wel waren er juridische brieven en kinnesinne over en weer. “Ach, zij hadden Fortuyn, wij mensen als Dries

van Agt, Jan Terlouw en Jan Timmer van Philips,” zegt de Limburger vilein. Terlouw spreekt nog steeds, negentig jaar oud. “Komende maand nog bij een strandtent in Noordwijk, voor een bijeenkomst over duurzaamheid.”

Gelukkig een verantwoord onderwerp, want met luchtigheid is Van der Kant wel een beetje klaar. “Met klanten die een leuke spreker zochten om publiek te trekken. Inhoud interesseert niet, als ze maar een beetje kunnen entertainen. Dan zit je als bureau weer in de entertainmentwereld en die scheidslijn wil ik benadrukken: ik wil graag sprekers op het podium hebben staan die de maatschappij vooruithelpen. Niets minder. Noem ons liever niet sprekersbureau, dat klinkt of we zo’n tussenbureau zijn. Wij zijn meer dan dat, doen ook management voor onze sprekers.”

**Wie heb je allemaal in je stal?**

“In de stal staan ezels. Ik heb het liever over portefeuille.” En daarin zitten mannen als Jaap de Hoop Scheffer, Jeroen Dijsselbloem, generaal b.d. Peter van Uhm en voormalig luitenant-generaal Mart de Kruif.”

**Een flink portie** schone schijn is de branche eigen. Speakers Academy noemde haar medewerkers ‘knowledge ambassadors’, de directeur CEO en de sprekers ‘faculty members’. En ze maakt jaarlijks een glossy als catalogus. Een ‘bewaarexemplaar’, dat bovendien 25 euro kost. Tenminste, dat stond erop, maar je kreeg het voor niets. Vuistdik, allemaal om te voorkomen dat je het snel weggooit.

Slimme marketing, de catalogus, die doet denken aan het *Wereldtijdschrift* uit Willem Elschots *Lijmen/Het been*. Want in het blad zie je eigenlijk twee categorieën sprekers: zij die zich een tikje schamen om boekbaar te zijn via een sprekersbureau, maar het wel acceptabel vinden om met een interview in het blad te staan, zoals prinses Laurentien van Oranje. En dan zijn er anderen – de meesten, onder wie ikzelf – die zelf

## Een flink portie schone schijn is de branche eigen. Speakers Academy noemde haar medewerkers ‘knowledge ambassadors’.

tekst en foto aanleveren en hebben betaald voor hun pagina.

Boter bij de vis is niet nodig, want de betaling, ongeveer 2000 euro, wordt verrekend met de opbrengst uit de eerstvolgende opdrachten. Of die zullen plaatsvinden is maar zeer de vraag. Het sprekersbestand van Speakers Academy is enorm, maar slechts een handjevol sprekers mag met enige regelmaat opdraven – een stuk of tien, met als koplopers astronaut André Kuipers en oud-hockeycoach Marc Lammers. Vervolgens zijn er misschien honderd die één keertje per jaar aan de beurt zijn. De rest is sitevulling. Vinden ze dat erg? Nee, want het geeft hun status te kunnen zeggen dat ze ‘spreker zijn bij Speakers Academy’.

**De bureaus hebben** dus weinig moeite om aan sprekers te komen. “Ik denk dat zo’n beetje negentig procent zich aanmeldt en dat wij tien procent zelf benaderen,” zegt Maartje IJzerman. Opvallend als je bedenkt dat volgens talloze studies spreken in het openbaar de grootste angst is. Nog voor de dood, waarop Jerry Seinfeld constateerde dat de gemiddelde persoon op een begrafenis liever in de kist ligt dan er staat met een microfoon in de klamme handen. ▶

Jan Peter Balkenende

Boyan Slat

Mart de Kruif

Erik Scherder

Clarice Gargard

André Kuipers

Prinses Laurentien

Jan Terlouw



► IJdelheid kan kennelijk zo groot zijn dat het die angst overwint, of is het de verwachting er een goede boterham aan te verdienen? Dat wordt lastig, wanneer je maar nauwelijks optreedt. De eerdergenoemde Joseph Oubelkas heeft – zeker nu, vlak nadat lockdowns alle bijeenkomsten hebben doen afgelasten – zo'n twee tot drie optredens per dag. Despreker.nl boekt hem, een Alkmaars bureau dat nu juist een uitzondering vormt op duurdoenerij: het huist in een bedrijvenverzamelgebouw met uitzicht op een BCC. **Wat betaal je voor een uurtje Joseph?**

“Uit mijn hoofd, moet ik even denken, zit je dan volgens mij rond de 3500 euro,” zegt directeur Kees Veer, in T-shirt onder een foto van Martin Luther King. Waarvan twintig procent voor het bureau, wat betekent dat Oubelkas zo'n 8000 euro per dag opstrijkt, al zal hij zijn huidige frequentie niet volhouden en komen tot zo'n 180 optredens per jaar.

De topsprekers verdienen ongeveer 10.000 euro per keer. Over het algemeen mensen die u kent van televisie, maar de duurste Nederlandse spreker is Manfred Kets de Vries. Hij doceert aan Insead, de beroemde businessschool in Fontainebleau, en is auteur van een aantal internationale bestsellers op het gebied van leiderschap. Hij kost ongeveer 15.000 euro, en dat is zo'n beetje waar de tarieven in de Verenigde Staten beginnen. “Oplopend tot in de tonnen,” weet IJzerman.

Die veel geboekte sprekers blijven overigens ook veel geboekt doordat ze de hand die hen voedt bepaald niet bijten: met name tijdens de feestdagen kunnen de medewerkers van de sprekersbureaus rekenen op flessen champagne, Bijenkorf-cadeaubonnen en boottochtjes op de Amsterdamse grachten.

De sprekers mogen zichzelf dan wel melden, maar is iedereen daarmee ook welkom? Dat verschilt. Het Sprekershuys selecteert streng, wil alleen goede sprekers en niet te veel over één onderwerp, waar bij Speakers Academy iedereen welkom is: volgens De

Booij bepaalde de markt wel of iemand een goede spreker is. Dat gold ook voor elke mening: het bureau huldigde het liberale standpunt dat er voor elk standpunt een platform zou moeten zijn.

Marie-Leontine de Graaf, die het bedrijf een jaar geleden overnam van De Booij, is wat voorzichtiger. “Soms moet je denken: moeten we dat wel willen?” Ali B staat op de catalogus van dit jaar nog vrolijk op de voorpagina, maar zal die van volgend jaar vermoedelijk niet halen. Ook het Sprekershuys werkte veel met hem. Een lastige afweging, vindt IJzerman: “Zolang er geen strafbare feiten gepleegd worden, moet je je onafhankelijk opstellen. Alleen heeft het bureau ook een eigen belang. Als een spreker meer schaadt dan oplevert, zouden we de samenwerking kunnen opschorten.” En Thierry Baudet? Een goed en ooit veel geboekte spreker, al wordt zijn laatste grote speech – die met de uil en Minerva, na een grote verkiezingszege – door velen gezien als het bewijs dat de man echt niet in orde is. Nee, die willen we natuurlijk niet, roepen ze om het hardst.

Een populair onderwerp is sinds kort diversiteit, door bijvoorbeeld Clarice Gargard, Francio Guadeloupe en Johan Derksen (o nee, die laatste niet). Duurzaamheid en klimaat doen het al een jaar of tien goed. Daarvoor beklimmen Boyan Slat van The Ocean Cleanup en Bas van Abel van Fairphone vaak het podium, net als vele hippe sociaal ondernemers – voor een groot aantal van hen geldt dat ze meer verdienen met praten óver hun bedrijf dan aan het bedrijf zelf.

Trendwatchers, zoals Adjiedj Bakas of Ruud Veltenaar, wordt vaak gevraagd om in een glazen bol te kijken. Ook zeer geliefd zijn de voormalige sporthelden, zoals Robin van Galen, de gewezen coach van de gouden dameswaterpoloploeg uit 2008. Of de eerdergenoemde hockeycoach Marc Lammers. Maarten van der Weijden spant in die niche de kroon. Blessures, tegenslagen, maar uiteindelijk goud, daar smullen de

mensen van, en in Van der Weijdens geval kwam daar nog de overwinning op kanker bij.

Leiderschap is uiteraard ook een veelgevraagd onderwerp, in alle vormen: dienend leiderschap, leiderschap en verandering, leiderschap na covid. Dus heeft ook bijna elke spreker dat wel in zijn bagage, waarom niet? Volgens mijn eigen profiel bij Speakers Academy en Sprekershuys ben ik dagvoorzitter en kan ik spreken over Europa/de EU (daar schreef ik een boek over na een rondreis van drie jaar) en sociaal ondernemerschap (ik dreef met succes een bekende sociale onderneming), maar ik kan het desgevraagd best een halfuur over leiderschap hebben.

U heeft nog weinig vrouwennamen voorbij zien komen. De sites van de sprekersbureaus worden dan ook gedomineerd door mannen. Ze hebben moeite met het vinden van echt goede spreeksters, beaamt IJzerman. De vrouw is bescheidener, vermoedt zij. Het maakt ook dat ze minder te zien zijn in bijvoorbeeld talkshows: nodig een gemiddelde man uit en hij zal vragen hoe laat hij zich moet melden – en dan pas over welk onderwerp hij moet praten. Dat weet ook Aldith Hunkar: “Mannen hebben weleens de neiging: ach, dat schud ik wel uit mijn mouw. Hebben niet goed nagedacht en praten dus oeverloos.” De dagvoorzitter is vaak wel vrouwelijk. “Is toch een meer faciliterende, verzorgende rol.”

**Van corona had** de branche relatief weinig last. Gek genoeg, want tijdens al die lockdowns waren bijeenkomsten verboden. “Sommige dingen moeten nu eenmaal doorgaan, zoals het bespreken van de jaarcijfers, of algemene ledenvergaderingen, maar ook juist kleinere events, zoals inspiratiesessies. En die gingen dan online,” zegt De Graaf van Speakers Academy. “Dus wij hebben zeker wel veel sprekers kunnen inzetten.” Die almaar beter met online konden omgaan: steeds minder vaak rende een jengeland kind door het beeld,

steeds vaker hadden de sprekers een ronduit professionele thuisstudio ingericht.

De branche is sowieso met sprongen vooruitgegaan, vindt Pieter Bas Boertje, directeur van D&B Eventmarketing en voorzitter van de Independent Dutch Event Association (Idea), de branchevereniging van eventbureaus in Nederland. Voor zijn events huurt hij zeer regelmatig sprekers in. “Vroeger hoorde ik nog

## ‘Een hele middag vol sprekers? Nee, echt niet. Men wil zelf aan het woord.’

Pieter Bas Boertje, directeur D&B Eventmarketing

weleens iemand voor de tiende keer hetzelfde verhaal vertellen, zoals Barry Hughes, maar dat is echt niet meer zo. Nu zijn ze – in ieder geval de goede sprekers – zich bewust van de rol die ze hebben tijdens een event. Die is belangrijker geworden, maar ook veranderd. De spreker is tegenwoordig vaak aanleiding voor een gesprek, die introduceert het onderwerp. En dat moet snel. Je moet sowieso, sinds corona, je verhaal sneller doen. In twintig minuten in plaats van veertig. Men heeft gewoon minder aandacht. Een hele middag vol sprekers? Nee, echt niet. Men wil zelf aan het woord.” En de bureaus? “Die zijn vaak goed, die komen met suggesties, want ik ken veel sprekers, maar echt niet alle.”

**‘Weet je nog een inspirerende spreker? Misschien eentje die verstand heeft van sociaal ondernemen, de EU en leiderschap?’**

“Geen idee.” ✍