

## Lef

### **Door: Ruud de Langen**

Ok, dat waren mooie persoonlijke verhalen van Ruben en Herbert. En het is nu aan mij om de sfeer even flink te gaan verpesten.

Traditioneel schrijf ik in de Adformatie rond de jaarwisseling de column Voorspel.

Ik hoop er dan elke keer op dat die voorspellingen ook uitkomen. Want dan zou er namelijk echt lef getoond zijn. En zouden mensen van die zogenaamde gebaande paden zijn afgeweken. Maar helaas, als ik naar die voorspellingen kijk, is er bar weinig van terechtgekomen.

Minister Rouvoet gooide vorig jaar een balletje op over de nut van schaamhaaronderzoek en de registratie daarvan. Jawel, Minister Rouvoet van de Christenunie. En ik dacht dat onze branche daar ook ook wel klaar voor zou zijn.

Zo zouden mediabureaus alleen nog maar mediaplanners aanstellen met donker ongekruld schaamhaar, omdat uit een grootschalig schaamhaaronderzoek zou blijken dat deze de beste mediaplannen maken. Maar helaas, geen bureau durfde in de praktijk in sollicitatiegesprekken deze check uit te voeren.

Beetje lafjes dus.

Volgende voorspelling: Geert Wilders is tegen reclame op publieke zenders. Geert zou het voltallige STER personeel samen met een aantal irritante allochtonen per Koninklijke Luchtmacht het land uitzetten.

Ook niet gebeurd.

Ook verstopte BNN geen nier in een koelbox ergens in het land, zodat er een soort Stiletto run voor nierpatiënten zou ontstaan. Dus zelfs BNN verlegde geen grenzen in 2009.

En zo waren er nog wel een paar niet uitgekomen voorspellingen.

Dan maar even verder kijken naar de lamledige lafheid van het afgelopen jaar.

Zo durfden de televisie exploitanten het niet aan om de overstap van Intomart naar Nielsen te maken voor nieuw kijkonderzoek. Juist nu die schijtbakken van adverteerders en mediaburo's een keertje *wel* wilden veranderen.

Ook de toelating van nieuwe omroepen deed afgelopen jaar niet echt veel stof opwaaien. De Telegraaf komt met twee initiatieven het bestel in. Van PowNed kunnen we misschien nog enige durf en vernieuwing verwachten. Maar zelf had ik gehoopt dat de voorzitter van Wakker Nederland, Fons van Westerloo, plaats had genomen in het zeilbootje van Laura Dekker. En dan kijken of hij het record van "drie keer rond de wereldzeilen voor bejaarde omroepvoorzitters" zou breken. Maar ook hier helaas..

Dan Gun Nieuwenhuis. Ook een man vol lef en inspiratie. Die stelde dat je wel zo'n beetje gek moet zijn om Unilever als klant te willen. Gun heeft dat zelf liever niet. Die ziet zo'n adverteerder die je bureau vooruit stuwt op innovatie, niet zitten. Zo'n adverteerder die al jaren geleden samen met zijn buro met online video experimenteerde. En er onderzoek op losliet. Zo'n rotadverteerder die een televisieprogramma als L&C door de gehaktmolen draaide om vervolgens vol de sociale media in te gaan. Met een nieuw platform.

Dat vindt Gun niet van lef en inspiratie getuigen. Gun kalkt liever logo's op putdeksels voor klanten als Bataviastad en RTV NH. En dan nog het liefst in zijn eigen tijd begrijp ik

Tenslotte nog de adverteerders. Die durfden namelijk wel. Die gingen namelijk voor de allerlaagste prijzen. Zelfs als die ongedekt zijn. Zo meldde Adformatie. Maar zenders zijn die GRP kanker echter zat. RTL baas Bert Habets schijnt te hebben gezegd: Dan moeten ze het zelf maar weten. Dan gaan we gewoon voor de 83<sup>e</sup> keer de Fabeltjeskrant herhalen.

En dan naar de mannen van vanmiddag.

Dat stemde toch een stuk vrolijker. Als je als jong jongetje het totaal uncoole beroep van dominee nastreeft en er dan uiteindelijk voor gaat, dan heb je lef. Dominee Ruben gaat uit van de kracht van het woord. Die moeten indalen. In de ruimte blijven hangen. Hij wil ook van jullie en van mij weten wie wij nu eigenlijk als persoon zijn. Weg dus met die mannen en vrouwen die op hun visitekaartje Senior Vice President Business Development Operations Officer hebben staan. Gewoon je naam. En verder geen gelul. Gewoon eens aan die ander uitleggen wat *jou* nu precies drijft. Het gaat om het samen leven. Om wezenlijk contact tussen mensen. Ruben heeft een hekel aan een blad als Happinez of heksen als Susan Smit. Contact met de natuur en je innerlijke zelf? Bullshit. Het gaat om contact met elkaar. Daar lijkt het nu ook de tijd voor. Gezien het enorme succes van sociale netwerken

En dan Herbert van Hoogdalem. Als er iemand geen lef kan worden ontzegd is het Herbert. Een handicap is best vervelend. In de jostiband kan je met een triangel nog best goed weggkomen. Maar als je alleen voor een zaal durft te gaan staan als je stottert, dan heb je dus echt lef. En Herbert is ook iemand die zijn gevoel volgt. Iemand die als hij ontevreden is over wat hij doet, zo weer een volgend pad inslaat. Gewoon omdat het kan. Elke keer als ik weer eens op zijn weblog keek, was hij weer een andere carrière gestart. Herbert heeft meer beroepen en bedrijven gedaan dan dat Tiger Woods minnaressen heeft gehad. Herbert zegt eigenlijk, hoe harder de tegenwind, des te creatiever je wordt. Dus het kan geen kwaad dat je als persoon of bedrijf juist nu probeert te veranderen. Never Waste A Good Recession luidt een oud Chinees gezegde.

Jongens en meisjes van de media. Laten we straks in 2010 *wel* eens dingen proberen te veranderen. Begin bij je zelf. Toon interesse in die ander. En probeer van tegenslag voorspoed te maken. Het gaat erom dat je de ballen hebt (boven of beneden, maakt niet uit) om te veranderen. Ik hoop vurig dat verandering zich sneller zal verspreiden dan de Mexicaanse Griep. Neem Ruben of Herbert als voorbeeld. En wordt geen Gun Nieuwenhuis. Of sterker nog, huur ze in. In ieder geval stelt de MWG het verplicht om zodirect deze twee eens aan te schieten. Voor nog meer inspiratie. En een paar persoonlijke woorden.

Want het mooie is, dat je dat met deze dominee gewoon bier kunt drinken. Met Herbert zal dat ook prima lukken. En dat gaan we nu dus doen. Dank jullie wel.

*Gesproken column Ruud de Langen, MWG Amstelborgh 8 december 2009*