



# De vijf

meest inspirerende  
sprekers in 2019



- #1** 'Charles Groenhuijsen helpt met zijn optimisme de balans te herstellen'

---

- #2** 'Op een effectieve manier leren over leiderschap met Joël Aerts'

---

- #3** 'Chantal van den Berg geeft handen en voeten aanneuromarketing'

---

- #4** 'Milan en Patrick van der Meulen maken met opgewekte energie hun dromen waar'

---

- #5** 'Predikant-ondernemer Ruben van Zwieten laat je stilstaan: 'Met welk verhaal leef jij?'

**Extra:**

Tips van Jan Kramer (Topspeakers):

'Hoe vind je de juiste spreker voor jouw evenement?'

# #1

## Charles Groenhuijsen helpt met zijn optimisme de balans te herstellen

Een niet te stoppen stroom immigranten, de opwarming aarde gaat sneller dan gedacht, door de robotisering verdwijnen banen en er is toenemende ongelijkheid. Is er reden voor hoop? Of is het echt zo somber? Als je het nieuws moet geloven, gaat het slecht en wordt het de komende jaren alleen maar slechter. De media doet ons dit geloven, maar klopt dit beeld wel?

Journalist en schrijver Charles Groenhuijsen vindt van niet en wil een tegengeluid laten horen, want eigenlijk gaat veel hartstikke goed en wordt het de komende jaren alleen maar beter. In zijn boek 'Optimisten hebben de hele wereld' schetst Charles 96 ontwikkelingen in de wereld die ons laten zien hoe goed het precies gaat.

### Waarom toch zo pessimistisch?

De mens heeft een hang naar pessimisme en dat wordt volgens Charles voor een deel verklaard doordat het nog in onze genen zit. Charles: 'We hebben voor een groot deel nog hetzelfde brein wat we 10.000 of 20.000 jaar geleden hadden toen we erg onveilig leefden en almaar moesten opletten dat we niet werden opgegeten.' En onze hersenen lijken vandaag de dag – in het digitale tijdperk – nog net zo angstig te reageren op een paniekerig, 24 uurs nieuws bombardement.

Daarnaast zijn mensen ook bang om dingen te verliezen, volgens Charles. En het lijkt er volgens hem op dat mensen het gevoel hebben dat ze houvast kwijt zijn: 'De kerk

*is er niet meer, de vakbond is er niet meer en daar worden mensen onzeker van. Bij jongeren zie je bijvoorbeeld dat ze heel veel keuzestress hebben. Ze zijn er eigenlijk enorm op vooruit gegaan, want ze zijn beter opgeleid dan ooit, maar ze kunnen nu zoveel tegelijk dat ze niet meer weten wat ze moeten kiezen.'*

### De media is onnodig negatief

Maar er is nog een andere belangrijke factor die zorgt voor negativiteit: de media. Charles: 'Voor een deel komt het ook door de scheve beeldvorming in de media. Ik vind dat media een hele kwalijke rol spelen wat dat betreft, ze zijn onnodig negatief.' Daarom snapt Charles ook heel goed dat steeds meer

mensen besluiten om het nieuws niet meer te volgen. Volgens een internationaal onderzoek van Reuters volgt 27% van de Nederlanders vaak geen traditionele media meer, omdat ze er depressief van worden. Ze zetten het letterlijk en figuurlijk uit.

Charles: ‘Als je aan mensen vraagt hoe het met ze gaat, gaat het hartstikke goed. Dan geven ze hun leven gemiddeld een 7,8 of 7,9. En als je aan ze vraagt hoe het met de wereld gaat, zijn ze ineens veel somberder.’

## Natuurlijk zijn er grote problemen

Neem ongelijkheid bijvoorbeeld. Charles: ‘Ja, binnen landen neemt de inkomensongelijkheid toe (Nederland is overigens niet erg ongelijk vergeleken met andere landen. De VS is wel érg ongelijk). Maar tussen landen wordt de ongelijkheid snel kleiner! De kloof tussen arme en rijke landen slinkt. Dat is hoopgevend.’

Er zijn dus zeker grote problemen, maar er zijn ook heel veel dingen die heel goed gaan, volgens Charles, en deze berichten komen niet in het nieuws. Charles: ‘Armoede neemt bijvoorbeeld drastisch af, en vrouwen hebben nu oneindig veel meer kansen dan tien, twintig jaar geleden. Het nieuws op dit vlak gaat alleen langzaam en voor een deel wordt het dus niet

opgemerkt. Journalisten geven zelf toe dat ze goed nieuws geen nieuws vinden, maar daardoor krijg je dus een beeld wat gewoon objectief niet waar is.’

Charles benadrukt dat het dus om de balans gaat, als journalist kun je een probleem signaleren en benoemen, maar je kunt mensen ook perspectief bieden. En dat perspectief lijkt in de traditionele media vaak te ontbreken. Charles: ‘Ondernemerschap bloeit als nooit tevoren. Innovatie gaat sneller dan we kunnen bijhouden. En de wereld is niet eerder zo welvarend, hoogopgeleid en gezond geweest. Daardoor zijn we beter dan ooit in staat grote wereldproblemen daadkrachtig aan te pakken. Als we het maar willen.’



## Er is ook positief tegengeluid

Gelukkig zijn er ook collega's van Charles die zich inzetten voor een positief tegengeluid. Zo kennen we De Correspondent die oprecht zoeken naar een andere aanpak om te voorkomen dat ze in dezelfde valkuil trappen door alleen slecht – maar goed verkopend – nieuws te brengen. En ook Matthijs van Nieuwkerk laat zich met DWDD regelmatig van zijn positieve kant zien.

Charles lijkt nog het meest gecharmeerd van het Jeugdjournaal van de NOS. Charles: *‘Dit is een prachtig voorbeeld hoe het ook kan. Bij elk zwaar onderwerp (oorlogen, aanslagen, kindermisbruik) wordt heel zorgvuldig afgewogen wat de inhoud en de toon van de berichtgeving moet zijn. De redacteurs schatten in wat mogelijk het schadelijke effect van het nieuws op hun jonge kijkers kan zijn. Een vorm van journalistieke zorgvuldigheid waar het ‘volwassen’ journaal veel van kan leren.’*

## Waarom optimisme zo belangrijk is

Journalisten gaan uit van het sombere principe: ‘Goed nieuws is geen nieuws’. Maar waarom schetsen we zo’n negatief beeld van de wereld? Charles: *‘Ik vergelijk het wel eens met het opvoeden van kinderen. Stel, je kind komt thuis met zijn rapport en er staan 6 mooie voldoende en twee onvoldoendes. Jij kijkt vervolgens naar dat rapport en gaat het vervolgens alleen over die twee onvoldoendes hebben, met de boodschap dat het een volgende keer wel alleen maar slechter zal worden. Wat denk je dat er dan gebeurt?’*

Hiermee maakt Charles de vergelijking met de verantwoordelijkheid die journalisten dragen en welke invloed ze op hun publiek hebben. Volgens Charles zullen kinderen die zo worden behandeld hele vervelende volwassenen worden. Dus is er ook een grote kans dat deze manier van nieuws brengen de volwassenen in onze samenleving verzuurt.

Optimisme is volgens Charles zo belangrijk omdat je met optimisten problemen sneller oplost dan met pessimisten. Charles: *‘Optimisten zijn energiever, creatiever. En ze zijn gezonder en ze leven gemiddeld langer.’* De kernboodschap van zijn boek:

*‘Onze veiligere en rechtvaardigere wereld geeft mensen betere kansen, stimuleert hun creativiteit en vergroot hun hoop op een mooiere wereld. Daar kan geen angst zaaiende populist of bloeddorstige terrorist tegenop.’*

Charles: *‘Succes ontstaat bij een vitale combinatie van moed, optimisme en voorzichtigheid.’*



### Over Charles Groenhuijsen

Charles Groenhuijsen heeft 40 jaar internationale ervaring in de journalistiek en is schrijver van 10 boeken, waaronder ‘Optimisten hebben de hele wereld’. Hij spreekt met al zijn ervaring graag over de Amerikaanse en Nederlandse politiek, economie, technologie, zorg, overheid en toekomstvisies op de wereld. In zijn laatste boek “Optimisten hebben de hele wereld” bespreekt hij kansen en uitdagingen voor de komende 25 jaar.

## #2

# Op een effectieve manier leren over leiderschap met Joël Aerts

Over leiderschap zijn misschien wel de meeste boeken geschreven. Joël Aerts stelde zich ten doel om minstens één boek over leiderschap per week te lezen en zo expert op het gebied van leiderschap te worden. Op deze manier verzamelde hij tevens materiaal voor zijn eigen boek: ‘Ontwikkel je leiderschap – 14 krachtige principes voor het versnellen van je leiderschapsontwikkeling en die van je medewerkers’.

Waarom dan toch nóg een boek over leiderschap? Joël: *‘De meeste boeken beschrijven inspirerende leiders, ze definiëren wat leiderschap is of vertellen je hoe je effectief leiding geeft. Maar ze vertellen je meestal niet hoe je je eigen leiderschap kunt ontwikkelen. Waar je moet beginnen, welke stappen je dan het beste kunt zetten en waar je op moet letten.’*

## Hoe ontwikkelen leiders zich?

Morgan McCall, een onderzoeker van het gerenommeerde Center for Creative Leadership, interviewde honderden leiders over precies deze vraag: hoe ontwikkelen leiders zich? Hij ontdekte dat inspirerende leiders twee dingen gemeen hebben: leergierigheid en leervermogen en zij weten deze twee aspecten te combineren. Leergierigheid draait om het bewust verzamelen van leermomenten en leervermogen draait om het bewust verbinden van deze leermomenten.

Maar er zijn ook een aantal voorwaarden waaraan het leren moet voldoen om er het

meeste uit te kunnen halen. Die voorwaarden zien we terug in een stroming binnen de pedagogie die andragogie heet. Deze stroming focust op de ontwikkeling van de volwassen mens. De drie voorwaarden voor effectief leren zijn:

1. Je moet uit vrije wil leren;
2. Je moet leren met de juiste motivatie;
3. En je moet het geleerde direct kunnen toepassen in je leven.

## Lees een boek per week over hetzelfde onderwerp en na een jaar ben je een expert

Joël: *‘Door te leren uit bijvoorbeeld boeken, trainingen en podcasts – ik noem dat ‘samengeperste ervaring’ – kun je je in een week meer kennis eigen maken dan je in een heel leven zelf zou kunnen verzamelen. Je bent gek als je daar geen gebruik van maakt. Maar de vraag is dan ook: hoe doe je dit op een effectieve manier?’*

Lees een boek per week over hetzelfde onderwerp en na een jaar ben je een expert op dat gebied. En dat kan Joël als geen ander zeggen, want hij heeft dit zelf gedaan over het onderwerp leiderschap. En hij past deze regel trouwens nog steeds toe. Denk je dat dit voor jou niet haalbaar is? Dan heeft Joël een aantal regels voor je opgesteld over hoe je kunt gaan lezen, zodat je dit wel voor elkaar krijgt. Twee van die regels zijn:

### Regel #1 De 90 procent bullshit-regel

‘90 procent van alles wat je leest, is bullshit.’ Het is een beroemde uitspraak van de Stanford professor Bob Sutton over managementboeken. En Sutton mag dat zeggen, omdat hij zelf ook regelmatig managementboeken schrijft. Het fijne aan deze regel is dat het je de vrijheid geeft om delen van een boek over te slaan, soms alinea’s en soms zelfs hoofdstukken.

Joël: *‘Ga op zoek naar die 10 procent waar jij wat aan hebt en sla de rest over. Soms is alles wat je nodig hebt dat ene goede idee dat verstopt zit in een minder boek.’*

### Regel #2 Lees met een doel

Wat wil je precies leren? Welke vraag wil je beantwoord krijgen door het lezen van dit boek? Waar zoek je een oplossing voor? Joël’s tweede regel is het stellen van een duidelijk doel voordat je gaat lezen. Zijn advies: *‘Schrijf het doel op de eerste pagina van het boek dat je gaat lezen of aan de binnenkant van de kaft. Wanneer je een duidelijk doel hebt, lees je gericht, onthoud je meer en is de kans groter dat je je nieuwe kennis straks ook kunt toepassen.’*

## Inspiratie, is het magisch of praktisch?

Een ander aspect in de ontwikkeling van leiderschap is het zorgen voor genoeg inspiratie. Joël: *‘Wanneer je leidinggeeft, word je geconfronteerd met allerlei situaties die om inspiratie vragen. Een probleem dat je maar niet opgelost krijgt. Een nieuwe weg die je moet kiezen. Een verbetering die je moet realiseren. Een verandering die je in gang wilt zetten. Een belangrijke presentatie die je moet houden. Een nieuw product dat je wilt ontwikkelen. En ga zo maar door. Leiderschap vraagt om creativiteit en dus om inspiratie.’*



Als leider zijn er dus tal van momenten waarop je wel wat inspiratie kunt gebruiken. Inspiratie lijkt misschien een magisch iets – zo voelt het soms – maar wat is inspiratie nu precies? Is het wel zo magisch? Volgens onderzoekers Todd Trash en Andrew Elliot van de universiteit van Rochester bestaat inspiratie uit drie onderdelen. De drie kenmerken zijn:

1. Ze overstijgt het normale;
2. Ze motiveert tot actie;
3. En ze ontstaat spontaan.

“**Joël:** ‘Ik maak altijd onderscheid in twee soorten inspiratie die je nodig hebt als leider. Ik noem het inspiratie met een grote ‘I’ en inspiratie met een kleine ‘i’. Beiden zijn belangrijk.’”

## Inspiratie met een grote ‘I’

Waarom doen mensen wat ze doen? ‘Inspiratie met een grote ‘I’ gaat volgens Joël over wat je motiveert als leider. Inspiratie met een grote ‘I’ is het type inspiratie dat je leven richting geeft. Het wordt onderdeel van je missie hier op aarde. Dit type inspiratie gaat over zingeving en authenticiteit. Het gaat over wat je belangrijk vindt, wat je gelooft en waar je gepassioneerd over bent.

## Inspiratie met een kleine ‘i’

Joël: ‘Waar inspiratie met een grote ‘I’ zingevend is, is inspiratie met een kleine ‘i’ vooral pragmatisch. De inspiratie met een kleine ‘i’ is het type inspiratie dat leidt tot het oplossen van

een probleem, het ontdekken van een nieuwe weg of het verbeteren van iets. Deze inspiratie is heel praktisch van aard.’

## Joël’s 8 ‘inspiratiekansvergroters’

Acht tips waarmee je meer kunt openstaan voor nieuwe ervaringen:

- 01 Doorbreek je routine;
- 02 Onderzoek paradoxen;
- 03 Zet een andere bril op;
- 04 Combineer ideeën;
- 05 Ga straatjuttten;
- 06 Ga dagdromen;
- 07 Verspil je lunch niet;
- 08 Begin een inspiratie raad.



## Over Joël Aerts

Joël Aerts spreekt, schrijft en adviseert over leiderschap en leiderschapsontwikkeling. Hij staat bekend om zijn energie, kennis en toegankelijkheid. Naast spreker en auteur is Joël ook een ervaren organisatieadviseur. Hij koppelt de theorie aan de praktijk, waarbij het resultaat altijd voorop staat. Daarmee staat hij garant voor scherpe analyses die inzicht geven, pragmatische oplossingen die het verschil maken en heeft hij een duidelijke visie.



## #3

# Chantal van den Berg geeft handen en voeten aan neuromarketing

**Hoe zorg je ervoor dat iemand jouw product koopt of dienst afneemt? Wanneer merk je dat anderen in jouw richting gaan bewegen? En wat kun je doen om mensen te overtuigen van jouw visie, strategie of plan?**

**Neuromarketing expert Drs. Chantal van den Berg:** *“Wij denken vaak dat we beslissingen nemen met ons verstand, maar 95% (!) van alle beslissingen wordt genomen door het onbewuste deel van het brein. Het is dus de kunst om dit deel van het brein aan te spreken!”* **Neuromarketing laat je zien hoe je het onbewuste brein activeert en hoe je dit zelf in de praktijk toe kunt passen.**

## Wat maakt dat iemand jou vertrouwt?

Iedereen die ergens ‘ja’ op zegt, doorloopt een bepaald proces. Dit geldt dus ook voor jouw klanten die wel of niet jouw product of dienst gaan afnemen. In dit proces zijn een aantal onderdelen van belang om tot een ‘ja’ te komen. Dat wordt ook wel de KLV-factor genoemd, dat staat voor: Kennen, Leuk vinden en Vertrouwen.

Chantal: *“Als we elkaar niet kennen (K), gebeurt er sowieso niets. Mensen kopen alleen iets van anderen wanneer ze het gevoel hebben de persoon of het bedrijf te kennen. Kennen we elkaar al wel en vinden we elkaar ook nog eens leuk (L)? Dan verhoog je de kans op een deal.*

*De meest cruciale koopfactor is echter de V van vertrouwen. Als er geen vertrouwen is, komt er geen deal.”*

Vertrouwen betekent volgens Chantal dat je openstaat voor de boodschap van de ander. Alleen dan kunnen de hersenen ‘ja’ zeggen tegen wat de ander te bieden heeft. Het vertrouwen van iemand anders is alleen niet zo gemakkelijk om te winnen. Eén van de belangrijkste factoren die van invloed zijn op het winnen van vertrouwen, blijkt gek genoeg het laten blijken van zelfvertrouwen te zijn. Zelfvertrouwen uitstralen wekt bij de ander dus vertrouwen op.

## Ik leg mijn leven in jouw handen

Volgens de wereldberoemde psycholoog en bestseller auteur Daniel Kahneman zijn er simpel gezegd twee systemen, het ene stuurt voornamelijk je ratio aan, terwijl het andere juist je emoties en acties aanstuurt. Deze twee systemen worden gevoed door externe prikkels, waarbij de non-verbale prikkels vijf keer meer impact hebben dan de verbale prikkels. Lichaamstaal is dus erg belangrijk en tevens de snelste manier om vertrouwen te tonen aan anderen. Maar welk onderdeel van het lichaam heeft het meest invloed op het opwekken van vertrouwen?

Juist ja: de handen! Handen zijn dus de meest krachtige instrumenten die je kunt inzetten. Maar hoe zet je ze op de goede manier in?

Chantal: *“Er zijn handgebaren die je kunt gebruiken in je gesprekken, dat zijn bijvoorbeeld de Nummerhand (tellen op je vingers) en de Groeihand (een groeiende lijn aangeven). Allemaal dragen ze bij om dat vertrouwen te laten groeien. Gebruik deze handgebaren eens in je komende gesprekken als je de voordelen van je product vertelt, als je je ideeën voor een oplossing presenteert of als je je aanbod voorlegt.”*

## Zo jaag je potentiële klanten weg, zonder dat je het weet

Mensen beïnvloeden elkaar constant, zonder dat ze het zelf doorhebben. Als je zou weten wat de gevolgen zijn van jouw onbewuste gedrag, is de kans groot dat je het een volgende keer heel anders zou aanpakken. Zoals gezegd hebben de non-verbale prikkels een veel grotere impact dan de verbale prikkels. Laten we nog eens kijken naar een belangrijk onderdeel van onze lichaamstaal waarvan we ons vaak niet bewust zijn.

Chantal: *“Ik stel mensen heel graag de volgende vraag: heb je tijdens een meeting wel eens gelet op jouw voeten of die van jouw gesprekspartner? Meestal krijg ik dan verbaasde blikken, maar deze lichaamsdelen vertellen letterlijk hoe jij of de gesprekspartner in het gesprek staat.”*

## Sta je wel op goede voet met elkaar?

Een belangrijke graadmeter om de bovenstaande vraag te beantwoorden, is door te kijken of er ook sprake is van een voetbarricade bij jou of bij jouw gesprekspartner. Een voetbarricade herken je aan het over elkaar kruisen van de enkels. Vaak doet iemand dit om zichzelf te beschermen en niet iets te zeggen wat men liever voor zich houdt. Het kan dus betekenen dat iemand nerveus is, een negatieve houding heeft, emoties niet wil tonen of angstig is.

Chantal: *“Het zou zomaar kunnen zijn dat je zelf een patroon hebt ontwikkeld om standaard je enkels over elkaar te kruisen, waardoor je door anderen als veel negatiever wordt gezien. Ga eens het experiment aan en probeer dat patroon vanaf morgen te doorbreken door jouw beide voeten op jouw gesprekspartner gericht te houden. Dan ga je zien wat het effect is!”*



### Over Drs. Chantal van den Berg

**“Ik heb goede, praktische tips gekregen over hoe ik anderen kan overtuigen.” “Nu kan ik mijn tactiek aanpassen afhankelijk van de persoon die tegenover me zit.” Dit zijn enkele van de quotes die deelnemers na een presentatie van Chantal als feedback gaven. Chantal biedt als spreker een unieke combinatie van vakkennis - gebaseerd op 20 jaren ervaring - en de praktische toepassing hiervan. Neuromarketing is een onderwerp dat ieder van ons zou moeten beheersen als we meer impact willen hebben en anderen vaker ‘ja’ willen laten zeggen. In haar boek ‘Breinspel’ laat ze dat aan de hand van 15 uitgewerkte praktijksituaties zien.**

## #4

# Milan en Patrick van der Meulen maken met opgewekte energie hun dromen waar

**Milan en Patrick van der Meulen zijn ondernemers én klimaatactivisten. Ze hebben een duidelijke overtuiging en een goed lopend businessmodel en inspireren met hun visie gedreven ondernemerschap anderen om hun dromen ook waar te gaan maken. Wanneer zij nadenken over klimaatverandering staan drie vragen centraal: Moeten we veranderen? Kunnen we veranderen? En gaan we veranderen?**

‘De aanstichter van dit alles is wel echt onze vader,’ zegt Patrick, ‘hij wilde ons betrekken bij wat er in de wereld gebeurt en liet ons tien jaar geleden de film ‘An inconvenient Truth’ kijken van oud-vicepresident Al Gore.’ Milan en Patrick waren destijds zo onder de indruk van de film dat ze besloten dat het thema klimaatverandering hun thema zou worden. In hun ogen is klimaatverandering het meest relevante thema van de komende eeuw en er is maar één ding wat ze hierin drijft: het bieden van een oplossing.

Milan: ‘Na het zien van de film, vroeg ik me af hoe het toch mogelijk was dat die natuurlijke verbinding van het zorg dragen voor een nieuwe generatie er totaal niet meer is? En dat het handelen van onze generatie niet meer in het teken staat van degenen die hierna komen? Dat wilde ik gaan veranderen.’

## Durf de mogelijkheden te zien

De broers van der Meulen reizen tegenwoordig door Europa om hun visie op klimaat te verkondigen. Milan: ‘In het begin schrokken mensen wanneer we ons verhaal deden. We hebben zelfs wel eens iemand huilend in de zaal gehad. Maar dat is een grote valkuil, als mensen depressief worden van de boodschap en geloven dat de aarde niet meer te redden is, krijg je ze niet in de richting van een oplossing. We zien het dus ook als onze taak om mensen in beweging te krijgen, door ze mogelijke oplossingen te laten zien.’

Milan vertelt dat hoe meer hij zich verdiepte in de gevolgen van klimaatverandering, hoe meer hij een wereld voor zich zag waarin hij niet meer wilde leven. In plaats van bij de pakken neer te gaan zitten, begon hij juist te dromen over wat in zijn ogen wel mogelijk was. Milan: *‘Ik stelde me een wereld voor waarin energie vanzelfsprekend duurzaam is. Een wereld waar je je geen zorgen hoeft te maken dat er wel genoeg energie is. En waar het logisch is dat het op een duurzame manier wordt opgewekt. Een wereld zonder vuile kolencentrales en met zonne energie centrales.’*

**Patrick:** *‘Elk uur ontvangt onze planeet genoeg zonne energie om de mens voor een jaar te voorzien. We hoeven het alleen nog maar op te vangen.’*

## Ondernemen met opgewekte energie

Daarom hebben de broers van der Meulen Enie opgericht, daarmee zijn ze leverancier van zonne-energie geworden en leveren ze zonnepanelen aan bedrijven en particulieren. Zo proberen ze mensen over te laten stappen naar duurzame energie en ze uiteindelijk zo onafhankelijk mogelijk te laten worden met hun eigen opgewekte zonne energie.

Patrick: *‘Tegenwoordig hoeven mensen zelfs geen aanschafprijs meer te betalen voor de panelen, maar kunnen ze de zonnepanelen bij ons leasen. We plaatsen de panelen gratis en de gebruikers betalen alleen voor de hoeveelheid stroom die ze hebben opgewekt.’*

*Op deze manier nemen we het financiële obstakel weg. We zien dat dit aanslaat.’*

## Inspiratie om de wereld te veranderen

Al Gore is de grote inspirator van de twee broers en inmiddels zijn ze na het sturen van een brief aan de organisatie ook officieel ‘Climate Reality Leaders’, vertegenwoordigers van Al Gore in Nederland. Ze zijn hiervoor naar Miami gegaan om daar getraind te worden door Al Gore en reizen tegenwoordig heel Europa af om hun visie hierover te delen.

Patrick: *‘Dit heeft ons bedrijf een gigantische boost gegeven. We hebben in Miami in een week tijd ontzettend veel geleerd. Hoe verkondig je zo’n grote boodschap in één presentatie? En hoe zorg je ervoor dat het ook echt blijft hangen bij je publiek? We weten nu hoe dat werkt en dat draagt bij aan de kwaliteit van ons verhaal naar klanten. Het geven van presentaties is dan ook onderdeel van onze onderneming geworden.’*



## Visie gedreven ondernemerschap

Volgens Milan is het belangrijk dat visie gekoppeld wordt aan de actuele werkelijkheid. Milan: *‘Als visie niet verbonden is aan de werkelijkheid, kunnen mensen zich er niet mee identificeren en dat is essentieel als je visie werkelijkheid wilt laten worden.’* Dit gaat vaak mis in organisaties wanneer er een nieuwe visie wordt ontwikkeld en deze visie vervolgens onvoldoende geladen wordt en dus ook onvoldoende gedragen wordt door de medewerkers.

Milan: *‘Dan zwakt die visie na verloop van tijd af en zak je langzaam terug naar de actuele situatie.’* Volgens de broers van der Meulen is het dus de kunst om die visie scherp te houden en zo te formuleren dat je er mee kunnen blijven identificeren. Zo houden zij zichzelf iedere dag scherp in hun missie om Nederland te verduurzamen en lukt het hen om anderen mee te nemen op weg naar dit droombeeld.



**Milan:** ‘Het probleem is gigantisch en we zijn er nog lang niet. Maar als ik zie welke ontwikkelingen er al zijn en welke voordelen de oplossingen nu al bieden dan geloof ik echt dat wij het tij grotendeels kunnen keren.’



### Over Milan en Patrick van der Meulen

Milan en Patrick van der Meulen zijn visie-georiënteerde ondernemers en behoren tot de top 3 jonge ondernemers van Nederland. Zij dromen van een duurzame wereld waar energie schoon is en voorradig en zijn daarom de trotse oprichters van zonne-energieleverancier Enie waarmee ze zonnepanelen leveren aan bedrijven en particulieren. In 2015 werden Milan en Patrick benoemd tot Climate Reality Leader na een opleiding van de voormalige Vicepresident van de Verenigde Staten, Al Gore.

## #5

# Predikant-ondernemer Ruben van Zwieten laat je stilstaan: ‘Met welk verhaal leef jij?’

Ruben van Zwieten verenigt als dominee en koopman twee werelden in wie hij is. Ieder mens heeft een roeping volgens Ruben en als hij de zijne moet omschrijven, zou dat ‘alle mensen werden brüder’ zijn, broederschap dus. Hij heeft met een stichting ontmoetingscentra opgezet op de Amsterdamse Zuidas en het Weena in Rotterdam, plekken waar het kapitalisme aanbeden wordt.

**Ruben:** ‘Het is zeker niet mijn doel om mensen te bekeren. Je zou juist eerder kunnen zeggen dat het een humanistische beweging is.’

## Van dominee tot koopman

Toen Ruben jong was, wilde hij dominee worden, maar toen hij in de puberteit kwam, raakte hij geïnteresseerd door geld en was zijn antwoord op de vraag ‘wat wil je later worden?’ steevast: fiscalist. Dankzij zijn oudere broer is hij uiteindelijk toch theologie gaan studeren en hij combineerde

dit later met rechten. Ruben: ‘Op de open dag van de studie Theologie in Leiden zag ik het visitekaartje van Bert Heemskerk liggen. Hij was theoloog en op dat moment bestuursvoorzitter van Van Lanschot – later van Rabobank. Toen was ik om.’

De combinatie van theologie en rechten en het feit dat Ruben een prominent lid van het studentencorps Minerva in Leiden was, maakte hem tot een andere student. Ruben: ‘Ik kon goed bewegen tussen twee werelden en ik moest voor mezelf zorgen dat dat niet te paradoxaal of schizofreen werd. Het waren twee extreme werelden.’ Hij richtte vervolgens vanuit zijn studentenkamer het recruitmentbureau Van Zwieten & Company op en verdiende daarmee goed geld. Ruben: ‘We deden iets unieks. Binnen een jaar hadden we 55 opdrachtgevers, en dat vanuit mijn studentenkamer.’

## Zijn Zuidassers wel op zoek naar zingeving?

Op de Zuidas – een plek waar kapitalisme aanbeden wordt – richtte Ruben in 2013 zingevingscentrum De Nieuwe Poort op. Het is een restaurant en ontmoetingsplek waar oude verhalen worden gelezen. Er wordt kunst geëxposeerd (van bekende kunstenaars, maar ook van o.a. daklozen) en het is een huis wat mensen bij elkaar brengt om op zoek te gaan naar maatschappelijke oplossingen. Ruben: *‘In de woestijn is het dus een hele mooie oase om daar even op adem te komen en te vertragen.’*

Maar zijn Zuidassers niet veel te druk met hun werk om tijd en ruimte te maken voor vertraging en reflectie? Ruben: *‘Ik durf ook niet te beweren dat iedereen op de Zuidas massaal op zoek gaat naar reflectie tijdens hun werkuren, maar we hebben wel een signaalfunctie. En we zijn heel fysiek aanwezig, met spreuken zoals ‘Logic will bring you from A to B, but imagination will bring you from A to everywhere.’ En de Zuidasser die dat wel ziet, staat toch meteen een fotootje te maken.’*

## Zingeving is geen luxe, maar noodzaak

Als we het over zingeving hebben, nemen we de piramide van Maslow met de ordening van behoeftes graag als uitgangspunt. Ruben: *‘Natuurlijk moeten we eerst eten en ons veilig voelen. Maar ook al ligt de dood op de loer, dan is het toch van belang hoe je tegen de dood aankijkt. Zingeving doe je er niet even bij voor de leuk. Zingeving is bepalend voor alles wat je doet, voor hoe je als mens, écht mens wilt zijn.’*

Zo zou zingeving volgens Ruben dus ook in de kerntaken van een bedrijf moeten zitten.

Ruben: *‘De directie en alle werknemers zouden daarvoor de vraag moeten stellen: ‘Waartoe zijn wij eigenlijk een bank?’ Op het moment dat die vraag in kringgesprekken van leiding en ondergeschikten besproken wordt, kan de zingeving terugkeren.’*



## Bij religie gaat het vaak om behoeftebevrediging

Ruben uit zich vaak kritisch over de gevestigde religieuze orde en blijft in alles wat hij doet benadrukken dat het ‘mensen werden brüder’ gaat. De Bijbel gaat volgens hem dan ook over hoe humaniteit gestalte krijgt, over wat een mens nu tot een mens maakt.

Ruben: *‘De grote valkuil van de religie is dat je helemaal opgaat in je eigen zoektocht. Je bent nergens anders meer mee bezig dan je eigen religieuze behoeftes te bevredigen. Als je nu eens al je energie die je steekt in liturgische activiteiten, zou stoppen in daden van rechten en gerechtigheid, dan knappen er tenminste wat meer mensen van op. En misschien uiteindelijk jijzelf ook wel.’*

## De Bijbel zien als beeldtaal

Op de vraag hoe Ruben de Bijbel dan ziet, antwoordt hij dat de beeldende taal van de Bijbelse verhalen vooral uitnodigen om idealen te formuleren. Ruben: *‘Als die verhalen tot je spreken, krijg je dromen te dromen van een rechtvaardiger wereld. De beeldende taal van die verhalen is niet eenvoudig te begrijpen en kost intellectuele moeite. Als de kerk de mens nu weer zou onderrichten in de beeldende taal van de Bijbelse verhalen, dan zou ze eindelijk weer kritisch tegenover het huidige tijdsgewricht komen te staan.’*

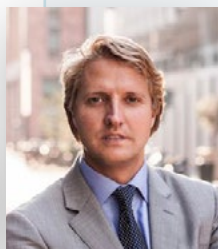
**Ruben:** *‘Laat een ieder van ons zijn eigen verhalen in beeldende taal weer ontdekken. Iedereen wordt daartoe uitgenodigd. Alleen zo zal zingeving doordringen in alle facetten van ons leven.’*

## Jouw eigen verhaal wakker maken

Tijdens zijn studie theologie volgde Ruben zijn stage bij predikant Ad van Nieuwpoort die hem inspireerde.

Ruben: *‘Hij kon dingen zeggen als: we moeten mensen niet vragen wat ze geloven, maar met welk verhaal ze leven. Welk mensbeeld wil je je kinderen meegeven?’* Met Zingeving op de Zuidas proberen zij je samen te laten nadenken over het verhaal waarmee je door het leven wilt gaan en je te laten ontdekken hoe de taal van de verbeelding jouw gesloten wereld kan openbreken.

De verhalen uit de Bijbel dienen volgens deze twee predikanten dus vooral om jou een spiegel voor te houden en je te laten reflecteren op jouw eigen bestaan. Ruben: *‘De Bijbelverhalen maken telkens jouw eigen verhaal wakker maken, ze bemoedigen je, maar ze kunnen ook storen en je een kritische spiegel voorhouden. Dit is nodig om een gesloten – en misschien wel benauwende – wereld soms even open te breken.’*



## Over Ruben van Zwieten

**Ruben van Zwieten** – dominee en koopman – is verfrissend verrassend. Er is niemand in Nederland die beter weet wat zingeving 2.0 is. Hij kan op cabarateske wijze spreken over de geheimen van het leven. Tegelijkertijd is hij een begenadigd ondernemer. De oud president van Minerva had een uiterst succesvol studentenbedrijf in recruitment en uitzenden. Als 25 jarige theoloog en jurist zette hij vervolgens de Zuidas op z’n kop met existentiële activiteiten en richtte bezinningscentra op en schreef het boek *‘Bijbel op de Zuidas’*.



## #6

# Hoe vind je de juiste spreker voor jouw evenement?

Sprekers zijn er in overvloed, maar het vinden van een goede spreker die precies past bij jouw evenement is volgens Jan Kramer – oprichter van Topspeakers – nog een hele kunst. In dit interview geeft Jan een aantal tips.

## Wanneer kunnen we eigenlijk spreken van een goede match?

Jan: *‘Of een spreker een goede match is met het evenement is best moeilijk om vooraf in te schatten. Wat ik vaak doe, is Youtube video’s van sprekers bekijken, reviews analyseren en als bij twijfel, bel ik enkele toeschouwers op die in de zaal hebben gezeten om te vragen hoe ze het hebben ervaren. Ik overleg ook vaak met redacteurs van vakbladen, die de branche goed aanvoelen en weten wat er zich afspeelt. Goede, degelijke research is dus belangrijk. Je kunt je publiek maar 1 keer ‘verrassen’ en met een goed gevoel naar huis sturen.’*

## Wat maakt een spreker goed?

Jan: *‘Ik kijk goed naar zijn uitstraling, de performance, de zorgvuldig uitgekozen woorden. Blijft hij de zaal ook boeien of zitten de toeschouwers op de mobieltjes te kijken? Het voordeel aan de grotere sprekers is dat ze vrijwel allemaal een professionele*

*coach hebben die de presentaties analyseren. Ze kijken naar wat er de volgende keer uit mag worden gehaald en welke onderwerpen er aan toegevoegd kunnen worden. Als een presentatie op ‘de automatische piloot’ wordt uitgevoerd, is het eigenlijk te laat. Het publiek merkt dat meteen.’*

## Ga je juist voor een bekende spreker of let je eerder op het thema?

Jan: *‘Het is vaak een mix. Een bekende spreker inhuren is niet altijd een garantie voor succes. De afstemming op de doelgroep in combinatie met het thema is veel belangrijker. Voor ICT bedrijven gelden hele andere maatstaven dan voor het onderwijs of voor de zorg. Dus het verplaatsen in de doelgroep is altijd een eerste stap. Ik stel daarom altijd een profiel op waaraan de spreker moet voldoen.’*

## Stellen bekende sprekers niet altijd hoge eisen?

Jan: *'In Nederland is het eisenpakket van sprekers niet bijzonder te noemen, een glaasje fris is vaak voldoende. In tegenstelling tot wat Internationale Dance DJ's eisen, zoals premium champagne, vers geperste sinaasappels, 6 handdoeken, een eigen kleedkamer, flessen fris en nog veel meer. En uiteindelijk drinken ze slechts 3 glazen water. Dat terwijl Duncan Stutterheim – oprichter van het miljoenen Dance bedrijf ID&T – bijvoorbeeld alleen een goede interviewer, een goede microfoon (zonder storingen) en goede verlichting wil. Meer niet.'*

## Tips

Zo kies je de juiste spreker voor ieder evenement:

- ✓ Stel je budget vast
- ✓ Verplaats je goed in de doelgroep
- ✓ Doe veel research naar de spreker
- ✓ Bedenk een passend thema
- ✓ Maak een top 3 selectie van gewenste sprekers
- ✓ Check bij anderen hoe de spreker overkomt
- ✓ Ga altijd evalueren!

## Is een gedetailleerde briefing belangrijk of kun je de spreker beter ruimte geven?

Jan: *'We proberen de briefing altijd zo goed en zo duidelijk mogelijk neer te zetten richten de spreker. Dat voorkomt problemen achteraf. We hebben het een keer meegemaakt dat er tevoren een goede briefing op papier werd gemaakt. Op de avond van de presentatie gaf de opdrachtgever nog wat aanvullende woorden mee voordat de spreker het podium op ging: 'Kijk maar wat je met de informatie doet en vul je presentatie zelf maar in'. De spreker maakte uiteindelijk zijn voordracht 20 minuten korter dan tevoren was afgesproken. Verontwaardigde blikken van de opdrachtgever uiteraard. 'Ik mocht het toch zelf invullen?', gaf de spreker aan. Inderdaad, duidelijk zijn wat er van een spreker wordt verwacht.'*